



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงบรรยายผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ชั้น คือ

ชั้นที่ 1 การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

ชั้นที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

**ชั้นที่ 1 การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร**

ผู้วิจัยมีการดำเนินการ ดังนี้

#### 1.1 การเตรียมการ

1.1.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชนของหน่วยงาน และนักวิชาการ

1.1.2 สั่งเคราะห์ขั้นตอนกระบวนการของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของหน่วยงาน และแนวคิดของนักวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยมาเป็นแบบสอบถามฉบับที่ 1 เพื่อนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสอดคล้องเกี่ยวกับความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา

#### 1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ผู้วิจัยกำหนดให้มีคุณสมบัติดังนี้ ผู้ที่มีวุฒิปริญญาโท และปริญญาเอก สาขาการบริหารการศึกษา หรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา มีประสบการณ์ในหน่วยงานทางการศึกษาไม่น้อยกว่า 5 ปี

1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน (ภาคผนวก ก) ซึ่งใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ด้วยการเลือกแบบเจาะจง



(Purposive sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 84) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามฉบับที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

### 1.4 การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาเครื่องมือโดยดำเนินการสร้างตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1.4.1 ผู้วิจัยทำร่างแบบสอบถามฉบับที่ 1 เสนอประธานและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน

1.4.2 นำประเด็นคำถามจากการสังเคราะห์มาปรับปรุงเป็นแบบสอบถามฉบับที่ 1 ที่สมบูรณ์

1.4.3 นำแบบสอบถามฉบับที่ 1 ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความสอดคล้องเกี่ยวกับความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา IOC (Index of concurrence) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับข้อคำถามนั้น มีเกณฑ์ตัดสินใจว่า คำถามที่คงไว้นั้นควรมีค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา ไม่ต่ำกว่า .05 โดยใช้สูตรค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 124)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

108

ผลปรากฏว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา (IOC) ระหว่าง 0.8-1.00 ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.98 แสดงว่าใช้ได้ทุกรายการ จำนวน 7 ชิ้นตอน 38 รายการ

## 1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา แสดงความคิดเห็นว่า “เห็นด้วย” “ไม่แน่ใจ” หรือ “ไม่เห็นด้วย” และข้อเสนอแนะโดยการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

## 1.6 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 1.6.1 การจัดกระทำข้อมูล

1.6.1.1 นำแบบสอบถามฉบับที่ 1 ที่ได้รับคืนมาจำนวน 5 ฉบับ ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนตามเนื้อหา

1.6.1.2 นำแบบสอบถามฉบับที่ 1 ที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล

1.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามฉบับที่ 1 มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา (IOC) ค่าเท่ากับ 0.98

**ขั้นที่ 2 ความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร**

ผู้วิจัยมีการดำเนินการ ดังนี้

## 2.1 การเตรียมการ

2.1.1 ผู้วิจัยนำความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร มาจัดทำเป็นร่างแบบสอบถามฉบับที่ 2

2.1.2 นำร่างแบบสอบถามฉบับที่ 2 เสนอประธานและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง ชัดเจน เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับที่ 2 ที่สมบูรณ์

2.1.3 นำแบบสอบถามฉบับที่ 2 ไปผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร แสดงความคิดเห็น



## 2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 418 คน

2.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 201 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับสลากคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้คลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน .05 คำนวณโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (ยูทธ ไกยวรรณ. 2544 : 104)

## 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของไลเคิร์ต (Likert) ให้พิจารณาว่าแนวทางที่ระบุในข้อคำถามนั้นมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมากน้อยเพียงใด โดยกำหนดระดับความคิดเห็นเป็นน้ำหนักคะแนนตามวิธีของไลเคิร์ต (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107)

มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของไลเคิร์ต (Likert) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของคะแนนตามความหมาย ดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 81-100)
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 61-80)
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 41-60)
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 21-40)
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 1-20)

## 2.4 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.4.1 จัดทำร่างแบบสอบถามความเป็นไปได้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามฉบับที่ 2 ให้ประธานและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนตามเนื้อหา

2.4.2 จัดทำแบบสอบถาม ฉบับที่ 2 เกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ให้ถูกต้องสมบูรณ์

2.4.3 ทำแบบสอบถามฉบับที่ 2 ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลความเป็นไปได้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## 2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการ  
บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ให้ออกหนังสือถึงผู้บริหารโรงเรียนอนุบาล  
เอกชน กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

## 2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

2.6.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร  
มาตรวจสอบความเรียบร้อย และความถูกต้องความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม

2.6.2 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามแล้วนำ  
แบบสอบถาม ที่สมบูรณ์ไปลงรหัสและนำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม  
สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการพิจารณาแนว  
ทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน  
กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้การทดสอบ เพื่ออ้างอิงค่าเฉลี่ยไปยัง กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ t- test โดย  
กำหนดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนน ความคิดเห็นในแนวทางแต่ละข้อและแต่ละขั้นตอน ต้องมี  
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) อย่างน้อย 3.50 เกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยโดย  
กำหนดช่วงคะแนน ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107)

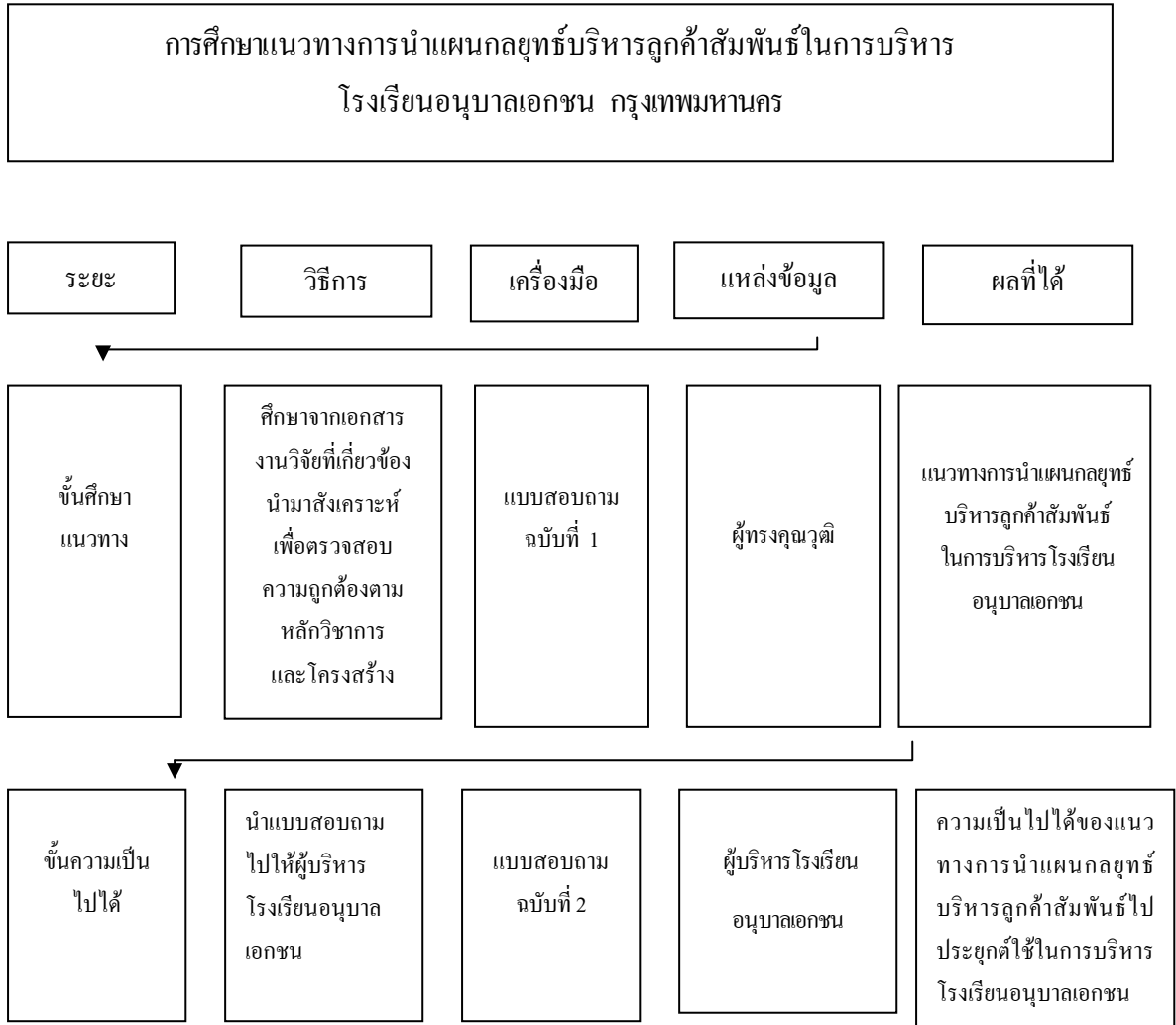
คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง	ระดับความเป็นไปได้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

111

จากการดำเนินงานสรุปได้ 2 ขั้นตอน ดำเนินการวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ดังภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 สรุปขั้นตอนการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร