

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ได้นำกรอบแนวคิดแนวทางการพัฒนาสื่อมวลชนและคอมพิวเตอร์คำสัมพันธ
ของบริษัท ใค้ยู่ฮะมอเตอร์จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาดอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามซึ่ง
ระเบียบวิธีการวิจัยของการศึกษานี้มีขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค้ยู่ฮะมอเตอร์จำกัด
สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง
ประยุกต์ เป็นการนำเอาวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค้ยู่ฮะมอเตอร์
จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม มีการกำหนดประชากรใน
การวิจัยดังนี้

ประชากร

1.ผู้ประกอบการคือผู้บริหารและพนักงานบริษัท ใค้ยู่ฮะมอเตอร์จำกัดสาขามหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 97 คน (นายประดิษฐ์ ไสบุตร ผู้จัดการ
ศูนย์บริการ ใค้ยู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม:วันที่ 24 กันยายน 2554:บทสัมภาษณ์)

2.ผู้บริ โภคคือลูกค้าที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท ใค้ยู่ฮะมอเตอร์จำกัดสาขามหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคามที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดมหาสารคามซึ่งไม่ทราบจำนวน
ประชากรที่แน่นอน

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ลูกค้า
สัมพันธ์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่างดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการแจกแบบสอบถามคือ

1. ผู้ประกอบการคือผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ใค้ผู้สะสมเตอร์จำกัดสาขา
มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 97 คน (นายประดิษฐ์ โสบุตร
ผู้จัดการศูนย์บริการใค้ผู้สะสมเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม:วันที่ 24 กันยายน 2554:
บทสัมภาษณ์)โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 97 คน

2. ผู้บริโภคคือลูกค้าที่ใช้บริการที่ศูนย์บริษัท ใค้ผู้สะสมเตอร์จำกัด สาขามหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดมหาสารคามซึ่งไม่ทราบ
จำนวนประชากรที่แน่นอนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
สูตรที่ใช้ W.G.cochran (1953)

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (95%)

d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$0.5(1-0.5)(1.96)$$

$$n = \frac{(0.05)^2$$

$$0.25(3.8416)$$

$$n = 0.0025$$

$$0.9604$$

$$n = 0.0025$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385 \text{ คน}$$

นำแบบสอบถามที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้ว ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมดังนี้ (บุญ
ชม ศรีสะอาด. 2545:100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับศักยภาพมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับศักยภาพมาก

ค่าเฉลี่ย 2.1-3.50 หมายถึงระดับศักยภาพปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับศักยภาพน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับศักยภาพน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ใค้ยู่สะมอเตอร์

จำกัดสาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

แบบสอบถามชุดที่ 2 แบบสอบถามผู้บริโภคร ประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ

ระดับการศึกษา รายได้/เดือน ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค้ยู่สะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบล
ตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 ด้านคือด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้าน
การพัฒนาแบบเพิ่มพูน และด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งเป็น
คำถามแบบประเมินค่า(Rating Scale) 5 ระดับ การกำหนดวัดมาตราส่วนระดับ 5 ระดับ
ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำแบบสอบถามที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้ว ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมดังนี้ (บุญ
ชม ศรีสะอาด. 2545:100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.1-3.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค้ยู่ชะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการค้นข้อมูลในสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สื่ออินเทอร์เน็ต เอกสาร บทความทางวิชาการ งานวิจัย และเอกสารอ้างอิงต่างๆ

2. ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการสัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าให้ลูกค้าในพื้นที่ซึ่งได้ดำเนินการดังนี้ ขอความอนุเคราะห์จากบริษัท ใค้ยู่ชะมอเตอร์ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลด้วยตนเองที่โดยแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการของบริษัท ใค้ยู่ชะมอเตอร์ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม หลังเสร็จสิ้นการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจะทำการตรวจสอบรายละเอียดความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ทำการรวบรวมแบบสอบถามลูกค้านำมาตรวจสอบความถูกต้อง โดยลงข้อมูลโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แบบสอบถาม

2. นำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถาม มาลงรหัสและให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์อัตราร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ T-test และ F-test

3. นำคะแนนไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษิตามวัตถุประสงค์ สมมติฐานและกรอบความคิดของการศึกษาโดยใช้ตารางและพรรณนาวิเคราะห์