

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลังได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน (Automatic Teller Machine) ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวิจัยวัดครั้งเดียวครั้งสุดท้าย (One-Shot Posttest Only Design) โดยวัดหลังจากกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการเงินด่วนและเปิดรับข่าวสารข้อมูลด้านประชาสัมพันธ์ของทางธนาคาร โดยใช้แบบสอบถามให้ผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีสาระสำคัญของระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในที่นี้ คือประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 20 ขึ้นไป ที่ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนและใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากกลุ่มประชากรที่อายุตั้งแต่ 20 ขึ้นไป เป็นกลุ่มเงินโอนหรือคุณสมบัติของผู้ใช้บริการในการรับสมัครใช้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ของธนาคาร นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารได้ด้วยตนเอง โดยสุ่ม 300 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปี เฉพาะผู้ที่มีบัตรเอทีเอ็มของธนาคารถือว่าเป็นลูกค้ารายใหม่ และ

กลุ่มที่ 2 คือผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีระยะเวลามากกว่า 5 ปี เฉพาะผู้ที่มีบัตรเอทีเอ็มของธนาคาร และ ถือว่าเป็นลูกค้ารายเก่า

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยสอบถามผู้ใช้บริการว่าใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์และใช้บัตรเอทีเอ็มของธนาคาร

ไทยพาณิชย์หรือไม่หลังจากได้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน จากนั้นสอบถามระยะเวลา มากกว่าหรือน้อยกว่า 5 ปี แบ่งเป็นกลุ่มละ 150 ตัวอย่าง และการคัดเลือกพื้นที่ธนาคารแบ่งพื้นที่ ในการตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วนทั้งหมด 27 พื้นที่ คัดเลือกจากพื้นที่ที่มีความถี่ของรายการมาก ที่สุดทั้งนี้คัดเลือกพื้นที่ที่มีสาขาของธนาคารอยู่ใกล้เคียงด้วยเนื่องจากจะมีจำนวนผู้ถือบัตรเอทีเอ็ม ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นจำนวนมาก ทั้งหมดจำนวน 6 พื้นที่ พื้นที่ละ 25 ตัวอย่าง ประกอบด้วย

1. ห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 2 แห่ง
 - 1.1 เซ็นทรัล สาขาปิ่นเกล้า
 - 1.2 เซ็นทรัล สาขาชิดลม
2. หน้าสาขาธนาคารไทยพาณิชย์ 2 แห่ง
 - 2.1 สาขาสำนักงานชิดลม
 - 2.2 สาขาปิ่นเกล้า
3. อาคารสำนักงาน 2 แห่ง
 - 3.1 ตึกรัชนาการ
 - 3.2 อาคารสำนักงานออลซีชั้นเพลส
4. มหาวิทยาลัย
 - 4.1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - 4.2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
5. ห้างสรรพสินค้าชายฝั่ง
 - 5.1 เทสโก้ โลตัส สาขาเจริญสุขนิทวงศ์
 - 5.2 แมคโคร สาขาเจริญสุขนิทวงศ์
6. โรงพยาบาล
 - 6.1 โรงพยาบาลรามารินทร์
 - 6.2 โรงพยาบาลศิริราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) 1 ชุด
 ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ก ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด 10 คำถาม เพื่อความสะดวกในการตอบคำถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนวันในการทำงานต่อสัปดาห์ สถานภาพ ระยะเวลาการใช้บริการกับธนาคาร และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับธนาคาร ได้แก่ข้อคำถามที่ 1 ถึงคำถามที่ 10

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารรวม 4 คำถาม ได้แก่ข้อคำถามที่ 11 ถึงคำถามที่ 14

ประกอบด้วย คำถามปลายปิดโดยมีคำตอบและอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างระบุคำตอบเพิ่มเติมได้หากต้องการให้คำตอบนอกเหนือจากที่แบบสอบถามระบุให้ รายละเอียดของคำถามมีดังนี้

- ความถี่ของการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วน โดยเลือกตอบทั้งสิ้น 5 ความถี่ และให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

- บริเวณการใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบทั้งสิ้น 8 สถานที่ และเลือกตอบได้มากกว่า 1 สถานที่

- การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการโดยระบุคำตอบให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบทั้งสิ้น 10 แนวทางการตัดสินใจและเลือกตอบได้มากกว่า 1 แนวทางการตัดสินใจ

- ประเภทของการใช้บริการบนเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการโดยระบุคำตอบให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบทั้งสิ้น 6 บริการและเลือกตอบได้มากกว่า 1 บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่อง ให้บริการเงินด่วน ของธนาคารไทยพาณิชย์รวม 12 คำถาม ได้แก่ข้อคำถามที่ 15 ถึง 26

ประกอบด้วย คำถามปลายปิดโดยมีคำตอบและอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างระบุคำตอบเพิ่มเติมได้หากต้องการให้คำตอบนอกเหนือจากที่แบบสอบถามระบุให้ รายละเอียดของคำถามมีดังนี้

- การสังเกตข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบเพียง เคยและไม่เคย กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

- จุดในการสังเกตเห็นข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบ 4 จุดบนเครื่องให้บริการเงินด่วน กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 จุด

- ประเภทของผลิตภัณฑ์ ข่าวสารประชาสัมพันธ์และบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยสังเกตเห็นผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน โดยระบุคำตอบและกลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ประเภท โดยแบ่งเป็น

1. ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร มีให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ 7 ประเภท

2. ข้อมูลข่าวสารของธนาคารมีให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ 5 ประเภท

3. แนะนำบริการใหม่ของธนาคารมีให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ 2 ประเภท

- ความสนใจหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบเพียง สนใจและไม่สนใจ กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

- แหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเพิ่มเติม โดยระบุคำตอบ 4 จุดและกลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ประเภท และมีคำตอบอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างระบุคำตอบเพิ่มเติม

- ระดับความพึงพอใจหลังจากใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับรู้ มีให้เลือกตอบ 6 ปัจจัย ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงตามความพึงพอใจของตนเองมากที่สุดปัจจัยละ 1 คำตอบ

- ระดับความสนใจในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับรู้ มีให้เลือกตอบ 6 ปัจจัย ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงตามความพึงพอใจของตนเองมากที่สุดปัจจัยละ 1 คำตอบ

- ระดับความสนใจหากธนาคารมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับรู้ มีให้เลือกตอบ 9 ปัจจัย ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงตามความพึงพอใจของตนเองมากที่สุดปัจจัยละ 1 คำตอบ

- ระดับการเลือกใช้หากธนาคารมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการให้บริการใหม่ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับรู้ มีให้เลือกตอบ 4 ปัจจัย ลักษณะ

คำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงตามความพึงพอใจของตนเองมากที่สุดปัจจัยละ 1 คำตอบ

- ความประสงค์หากผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบเพียง ยินดีและไม่ยินดี กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

- ปัญหาในการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ โดยระบุคำตอบ 5 ปัญหาและกลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ปัญหาและมีคำตอบอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างระบุคำตอบเพิ่มเติม

- คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ หรือบริการใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการนำเสนอสำหรับเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถระบุคำตอบเพิ่มเติมได้

เกณฑ์การให้คะแนนเครื่องมือวัด

โดยในส่วนที่ 1 ข้อคำถามที่ 1.1 – 1.10 นี้จะวัดเป็นจำนวนร้อยละ

โดยในส่วนที่ 2 ข้อคำถามที่ 2.11-2.14 นี้จะวัดเป็นจำนวนร้อยละ

ในส่วนที่ 3 ข้อคำถามที่ 3.6 – 3.9 ใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้ตามมาตรวัดแบบ

Likert Scale

<u>คะแนน</u>		<u>ความเห็น/ความพึงพอใจ</u>
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายนั้น ได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยกลางดังนี้

<u>ระดับคะแนนเฉลี่ย</u>		<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีการทดสอบทั้งในด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) กระทำโดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากเอกสารของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยนำข้อมูลต่าง ๆ มาเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อส่งให้ผู้ส่งคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการทีมผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โครงการเฉพาะบุคคล พิจารณาและเป็นผู้ตรวจสอบในด้านโครงสร้างของคำถามว่าตรงกับหัวข้อที่ศึกษาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ทุกข้อหรือไม่ รวมถึงความเหมาะสมของถ้อยคำภาษาที่ใช้ เพื่อให้ได้คำถามที่ถูกต้อง และสามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) กระทำโดย โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทำการทดสอบ (Pretest) กับลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่สำนักงานรัชโยธิน 30 ตัวอย่างซึ่งเป็นในส่วนของอาคารสำนักงานแล้วจึงนำผลมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องภายใน ซึ่งมีวิธีการหาได้หลายวิธี วิธีที่นิยมกันมากคือ ครอนบาค-อัลฟา¹

จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยสูตรอัลฟาของครอนบาค โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window (Version 13.0) ปรากฏว่าได้ค่า อัลฟา = 0.8866 ซึ่งในทางปฏิบัติเมื่อทดสอบความเชื่อถือได้ หากพบว่าค่าอัลฟาอยู่ระหว่าง .05-.65 กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ได้ปานกลางหากมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง และถ้าค่าต่ำกว่าระดับ .50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย² ดังนั้น ค่าอัลฟาที่ 0.8866 จึงเป็นค่าที่มีระดับความเชื่อถือในระดับค่อนข้างสูง ดังที่แสดงในภาคผนวก ค

¹สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนสามลดา, 2546), น. 259-260.

²เรื่องเดียวกัน, น. 261.

1. การตรวจสอบข้อมูล manual (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเรียงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงรหัส
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเข้า File โดยใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Version 13.0)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อพิสูจน์สมมติฐาน
 - 2.1 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ กับพฤติกรรมการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วน และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วย สถิติไคสแควร์ (Chi-Square test)
 - 2.2 เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ และความพึงพอใจหลังใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วยสถิติ t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05