

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียดขั้นตอน และวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร

ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ เลือกเฉพาะลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้เข้ามาติดต่อทำธุรกรรมกับสาขา และรับบริการจากพนักงานของธนาคารกรุงไทยโดยตรง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีโอกาสได้ใช้บริการจากผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่ธนาคารและบริษัทในเครือนำเสนอ โดยคัดเลือกเฉพาะลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม 2553 พบว่า จำนวนบัญชีเงินฝากลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 257,674 บัญชี (รายงานการปฏิบัติงานของสาขานาการกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, สำนักงานเขตเชียงใหม่. ตุลาคม 2553) และใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (ยูทริ โกยวรรณ, 2548: 68) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% ดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\&= \frac{257,674}{1+(257,674)(0.05)^2}\end{aligned}$$

= 399.35 หรือ 400 ราย

n คือ ขนาดประชากร

N คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนการเก็บตัวอย่างในแต่ละสาขาจำนวน 20 สาขา สาขาละ 20 ราย รวมทั้งสิ้น 400 ราย

3.2 วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 20 สาขา ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ข้อมูลที่ได้เป็นการรวบรวมข้อมูลจากสถาบันและองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แก่ รายงานประจำปีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ข้อมูลสถิติ จำนวนสาขาของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการค้นคว้าจากเอกสาร รายงาน วิทยานิพนธ์ สิ่งพิมพ์ และข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ต

การรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการศึกษาแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม นำไปแจกให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการแต่ละสาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 20 สาขา และในแต่ละสาขาแบ่งเป็น กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 1 ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจหลังเกษียณ และนักเรียน นักศึกษา สาขาละ 10 ราย และกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 2 ได้แก่ เจ้าของกิจการ ลูกเศรษฐี และกลุ่มวิชาชีพพิเศษ เช่น แพทย์ วิศวกร นักบิน ทนายความ สถาปนิก ผู้ตรวจสอบบัญชี พนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาท ขึ้นไป สาขาละ 10 ราย รวมเป็นสาขาละ 20 ราย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามเพื่อวัดค่าของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พิจารณาตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม เนื้อหา และภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมทั้งผู้ตอบและผู้ทำการศึกษา

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษานำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด (แบ่งเป็นลูกค้าย่อยที่ 1 จำนวน 15 ชุด และลูกค้าย่อยที่ 2 จำนวน 15 ชุด) ไปทำการทดสอบ (Pre-Test) ก่อนนำแบบสอบถามนั้นไปใช้เก็บข้อมูลจริง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการจากผู้ศึกษาหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 35) ด้วยโปรแกรม SPSS

ในการหาค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถาม ของแบบสอบถามความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.87 โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 ด้านบุคลากร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ด้านช่องทางการให้บริการ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.76 และ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.67 ตามลำดับ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าย่อยที่มีต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.91 โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านบุคลากร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 และ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.76

จากค่าที่ทดสอบได้จากแบบสอบถามทั้ง 2 ข้อ ค่าที่ได้มีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผู้ศึกษาสามารถใช้แบบสอบถามดังกล่าวได้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร เหตุผลที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 3 แบ่งเป็น 2 ข้อ ได้แก่

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร ต่อความสำคัญในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจัดระบบเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺⁺ (Statistical Package for Social Science) ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

เกณฑ์ในการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทำการวัดระดับโดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแบบของ Likert Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ (คุณทลี เวชสาร, 2545 : 9)

เกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1	คะแนน

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผล

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ

สำคัญมากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
สำคัญมาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
สำคัญปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
สำคัญน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผล

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด



3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา และรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จากลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 20 สาขา ระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม ถึง 16 กันยายน 2554

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2553 ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ.2554