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

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

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$= \frac{257,674}{1+(257,674)(0.05)^2}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

= 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) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย 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 จำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการค้นคว้าจากเอกสาร รายงาน วิทยานิพนธ์ สิ่งพิมพ์ และข้อมูลทางระบบอินเตอร์เน็ต

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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 (แบ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่ 1 จำนวน 15 ชุด และลูกค้ากลุ่มที่ 2 จำนวน 15 ชุด) ไปทำการทดสอบ (Pre-Test) ก่อนนำแบบสอบถามนั้นไปใช้เก็บข้อมูลจริง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้ศึกษาต้องการ 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

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจัดระบบเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปSPSS/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 (กุณฑลี เวชสาร, 2545 : 9)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved