

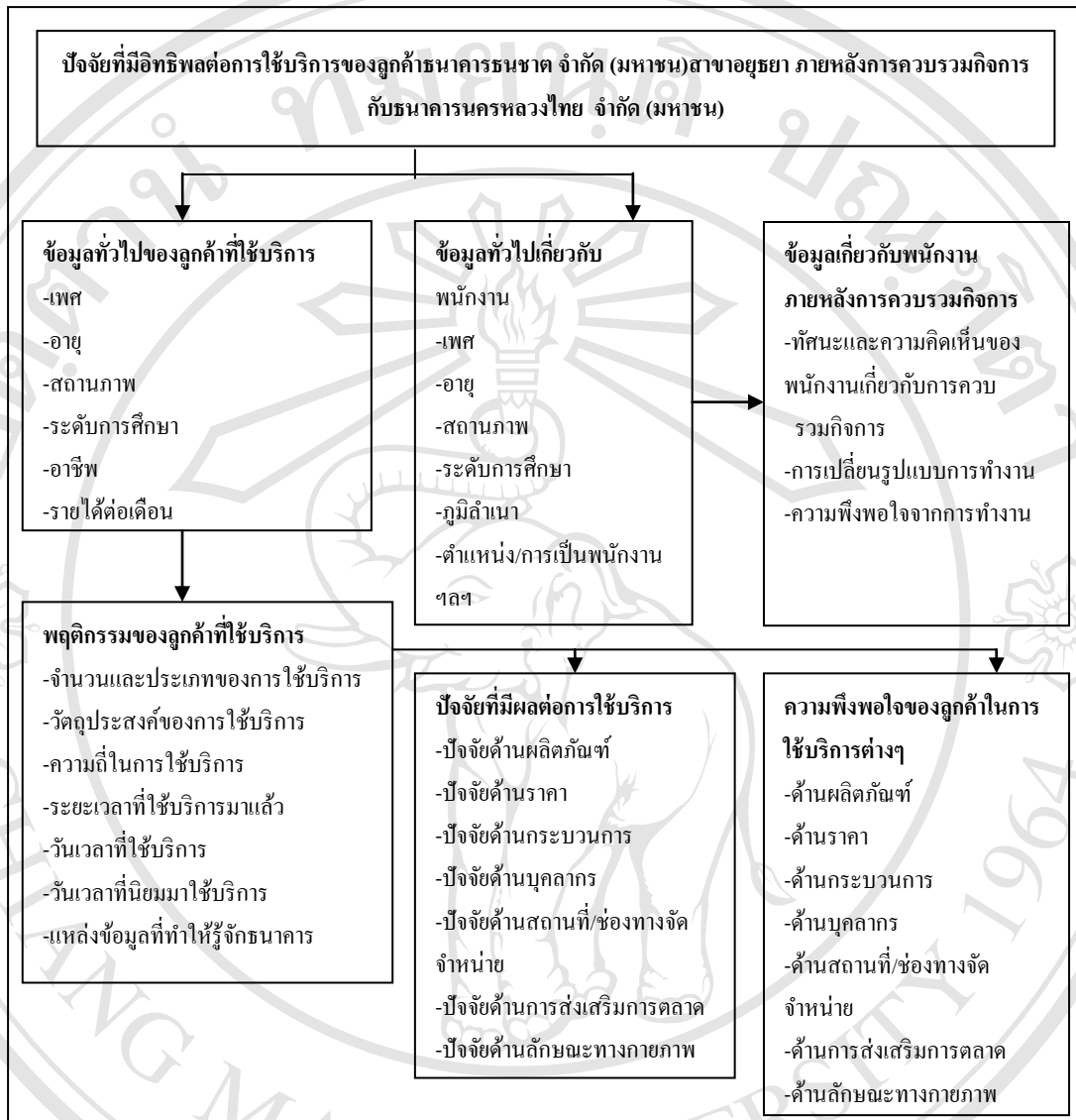
### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากความร่วมมือกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ข้อมูลที่ใช้การศึกษายเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) สำหรับวิธีดำเนินการศึกษาในบทนี้จะกล่าวถึง กรอบแนวคิดในการศึกษา การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากประเภทต่างๆ ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มลูกค้ามาจากประชากร โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 ราย จากลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างๆของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในเวลาทำการของธนาคาร คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.30-15.30 น. เดือนมิถุนายน 2555นอกจากนี้จะมีการสอบถามข้อมูลของพนักงานของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาจะทำการศึกษาจากจำนวนบัญชีผู้ใช้บริการธนาคารชนชาติ(มหาชน) สาขาอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการประมาณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ TARO YAMANE (1976) ดังนี้

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

เมื่อ  $n$  = ขนาดของหน่วยตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย

$N$  = ประชากรทั้งหมด

$e$  = ระดับความมีนัยสำคัญ

กำหนดให้  $N = 7,127$

$e = 0.05$

แทนค่า

$$n = \frac{7,127}{7,127(0.05)^2 + 1}$$

$\approx 378.6369$  ตัวอย่าง

### 3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การทำการสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมใช้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ และปัจจัยในการใช้บริการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆที่เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เช่น หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งตีพิมพ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การค้นคว้าแบบอิสระและงานวิจัยอื่นๆ

### 3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพรายได้ ต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิดหลายตัวเลือก

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการด้านต่างๆ ได้แก่ จำนวน และประเภทของบัญชีเงินฝาก บริการสินเชื่อ บริการอื่นๆ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการมาแล้ว วันและเวลาที่มาใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้ารู้จักธนาคาร โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิดหลายตัวเลือก

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีลักษณะคำถามประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดความสำคัญเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความสำคัญน้อยที่สุด ความสำคัญน้อย ความสำคัญปานกลาง ความสำคัญมาก ความสำคัญมากที่สุด

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) คำถามส่วนนี้สำหรับใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีลักษณะคำถามประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความพึงพอใจน้อยที่สุด ความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจมากที่สุด

**ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆคำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการใช้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อแสดงความคิดเห็น

### 3.5 ข้อมูลเบื้องต้นของพนักงาน

นอกจากนี้จะมีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์พนักงานในสาขาโดยการสอบถามแบบมีโครงสร้างโดยมีรายละเอียดดังนี้ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพนักงานเพศอายุสถานภาพระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ตำแหน่ง/การเป็นพนักงาน ฯลฯ ลักษณะวิธีการทำงานรวมถึงทัศนคติและความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการควบคุมกิจการการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานความพึงพอใจจากการทำงานของพนักงาน

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของลูกค้ำในการใช้บริการต่างของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังจากการควบคุมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยการทดสอบไคสแควร์ (chi-square) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำเสนอวิธีการแจกแจงค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ จะทำการศึกษาจากการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการด้านต่างๆ โดยวิธีการใช้มาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความสำคัญน้อยที่สุด ความสำคัญน้อย ความสำคัญปานกลาง ความสำคัญมาก ความสำคัญมากที่สุด

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

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยโดยใช้สมการดังนี้  $i = \frac{\text{ผลรวมของคะแนนปัจจัย}}{\text{จำนวนรายการของปัจจัยแต่ละด้าน}}$   
แล้วจึงแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการต่างๆ ทำการศึกษาโดยวัดระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีผลในการใช้บริการต่างๆ โดยวิธีการใช้มาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความพึงพอใจน้อยที่สุด ความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจมากที่สุด

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

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยโดยใช้สมการดังนี้  $i = \frac{\text{ผลรวมของคะแนนความพึงพอใจ}}{\text{จำนวนรายการของความพึงพอใจแต่ละด้าน}}$  แล้วจึงแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์เสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด นำเสนอโดยรูปแบบเชิงพรรณนา