

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
  - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
  - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
  - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
  - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
  - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และส่วนประสมทางการตลาดบริการ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ จำนวนลูกค้าส่วนบุคคลที่เคยใช้บริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2554 มีจำนวน 3,543 คนต่อปี (รายงานข้อมูลลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2554) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนลูกค้าจำแนกตามสาขา ในใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2554

สาขา	จำนวน	ร้อยละ
ท่าแพ	237	6.69
ศรีนครพิงค์	158	4.46
สันป่าข่อย	255	7.20
ถนนช้างคลาน	235	6.63
บึงสี เชียงใหม่	133	3.75
บึงสี เชียงใหม่ 2	76	2.15
พันธ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่	137	3.87
หนองหอย เชียงใหม่	132	3.73
ถนนศรีดอนไชย เชียงใหม่	167	4.71
สยามทีวี เชียงใหม่	36	1.02
ประตูช้างเผือก	278	7.85
ประตูเชียงใหม่	190	5.36
ถนนสุเทพ	152	4.29
ช่วงสิงห์	81	2.29
กาดสวนแก้ว	321	9.06
ถนนเมืองสมุทร	55	1.55
เซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่	265	7.48
เทสโก้ โลตัส คำเที่ยง	90	2.54
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	171	4.83
ถนนนิมมานเหมินท์ เชียงใหม่	136	3.84
คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	88	2.48
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	150	4.23
<b>รวม</b>	<b>3,543</b>	<b>100.0</b>

### ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมด ผู้ศึกษาจึงทำการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่เคยใช้บริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 3,543 คน และได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ที่ความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

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

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนลูกค้า 3,543 คน

e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด ในที่นี้คือ 5% = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{3,543}{1 + 3,543 (0.05)^2}$$

$$n = 359.42 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 360 ตัวอย่าง จากลูกค้าที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสามารถจำแนกตามสาขา ได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

สาขา	จำนวน
ท่าแพ	24
ศรีนครพิงค์	16
สันป่าข่อย	26
ถนนช้างคลาน	24
บึงชี เชียงใหม่	14
บึงชี เชียงใหม่ 2	8
พันธ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่	14
หนองหอย เชียงใหม่	13
ถนนศรีดอนไชย เชียงใหม่	17
สยามทีวี เชียงใหม่	4
ประตูช้างเผือก	28
ประตูเชียงใหม่	19
ถนนสุเทพ	15
ช่วงสิงห์	8
กาดสวนแก้ว	33
ถนนเมืองสมุทร	6
เซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่	27
เทสโก้ โลตัส คำเที่ยง	9
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	17
ถนนนิมมานเหมินท์ เชียงใหม่	14
คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	9
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	15
รวม	360

## วิธีการศึกษา

### 3.1.1 การกำหนดแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามลูกค้าที่เคยใช้บริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 360 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ได้รับจริงและตามที่คาดหวัง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

### การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 3 เป็นการวัดระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับความคาดหวัง / การรับรู้</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยพร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.50 – 5.00	มีความคาดหวัง/ การรับรู้มากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้มาก
2.50 – 3.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้น้อย
1.00 – 1.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้น้อยที่สุด

และนำค่าเฉลี่ยมาทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ โดยใช้สถิติ Paired t-test เพื่อศึกษาว่า ลูกค้าพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ หรือประทับใจ โดยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจ (Kotler, 2000) ดังนี้

<u>ผลการเปรียบเทียบ</u>	<u>ผลการตัดสินใจ</u>
ระดับความคาดหวัง สูงกว่า ระดับการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ไม่พึงพอใจ
ระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างจาก ระดับการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	พึงพอใจ
ระดับการรับรู้ สูงกว่า ระดับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ประทับใจ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

**สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจะดำเนินการที่ธนาคารกรุงเทพ

จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

**ระยะเวลาในการดำเนินการ**

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 6 เดือน โดยทำการศึกษาตั้งแต่เดือน มีนาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2555 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555