บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร และ วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา ประกอบไปด้วย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดเฉพาะด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้บุคลากรในการขาย การสื่อสารการตลาดทางตรง และการทำกิจกรรมทางการตลาด

3.2 ประชากร การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยไม่เจาะจงว่าจะอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ที่ถือบัตรเครดิตดังกล่าวไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

3.2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนด้วยสูตรของ W.G.cochran (มานิตย์ ผิวขาว, 2551: ออนไลน์) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% สามารถคำนวณได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 384$$

จากการคำนวณจำนวนขนาดตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ทั้งหมด 384 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ฉะนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงได้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบสัดส่วนกระจายตามสาขาของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งสิ้น 19 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 27 มิถุนายน 2551 ; บมจ.ธนาคารกรุงไทย) และ KTC Touch ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.2.3 วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

สำหรับการคัดเลือกตัวอย่างแบบสัดส่วนกระจายตามสาขาของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งสิ้น 19 สาขา และ KTC Touch ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งสัดส่วนดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3.1 แสดงการแจกแจงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามสาขาของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย และ KTC Touch ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สาขา	จำนวนแบบสอบถาม
1. ท่าแพ	20
2. สันป่าข่อย	20
3. ข่วงสิงห์	20
4. ถนนสุเทพ	20
5. ถนนห้วยแก้ว	20
6. ย่อยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	20
7. ย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่	20
8. สี่แยกสนามบิน	20
9. สี่แยกหนองหอย	20
10. ศรีนครพิงค์	20
11. เชียงใหม่	20
12. ย่อยไนท์บาร์ซ่า	20
13. ย่อยบิ๊กซีหางดง	20
14. ย่อยโลตัสหางดง	20
15. ย่อยนิ่มซิตี้เดย์ลี	20
16. ย่อยบิ๊กซีเชียงใหม่	20
17. ย่อยกาดสวนแก้ว	20
18. ช้างคลาน	20
19. พระสิงห์	20
20. KTC Touch	20
รวม	400

หมายเหตุ : KTC Touch คือ เคาน์เตอร์บริการแบบครบวงจร เป็นจุดรับชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล บริการแก่สมาชิกรวมถึงการรับสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลที่ออกโดยบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีแหล่งรวบรวมข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยออกแบบสอบถามเพื่อสอบถามผู้ถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 จำนวน 400 ชุด

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ซึ่งค้นคว้าได้ทางหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าได้ผ่านอินเตอร์เน็ต

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพหลัก การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นสมาชิก ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการประเภทใดบ้าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการใช้บุคลากรในการขาย ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดทางตรง ปัจจัยด้านการทำกิจกรรมทางการตลาด และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

เกณฑ์การให้คะแนนของข้อมูล ใช้มาตรวัดลิเคร์ท (Likert Type Scale หรือ Likert's Method of Summated Rating) โดยกำหนดช่วงการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มากที่สุด เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5
มาก เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 4
ปานกลาง เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 3
น้อย เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2
น้อยที่สุด เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 1

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ จะสามารถแบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายได้ 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตน้อยที่สุด

3.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่สาขาของบมจ. ธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 19 สาขาและ KTC Touch ซึ่งเป็นเคาน์เตอร์บริการแบบครบวงจร เป็นจุดรับชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล บริการแก่สมาชิกรวมถึงการรับสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลที่ออกโดยบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 4 เดือน นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved