

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าและการนำผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สาขาลำพูน(ป่าเหว) จำนวน 15,520 ราย สาขาย่อยถนนเจริญราษฎร์ จำนวน 15,000 ราย และสาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จำนวน 15,050 ราย (ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ท่าแพ, เมษายน 2548) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) กับลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ทั้ง 3 สาขา ในช่วงระหว่างเวลาทำการของธนาคาร 08.30 – 15.30 น.

#### ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยจะใช้วิธีการของ Taro Yamane (อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือยอมให้มีค่าความผิดพลาดได้เพียงร้อยละ 5

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยกำหนดให้  $N =$  จำนวนประชากรทั้งหมด

$n =$  ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$e =$  ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

$$n = \frac{45,570}{1 + 45,570(0.05)^2}$$

$$= 396.52 \approx 397 \text{ ราย}$$

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 397 ราย เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความเหมาะสม

### วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) นั่นคือ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ซึ่งมี 3 สาขา คือ สาขาลำพูน(ป่าเหี้ยว) สาขาย่อยถนนเจริญราษฎร์ และสาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน โดยแต่ละสาขาเก็บข้อมูลในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยจะใช้สูตรดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n_i = \frac{nN_i}{N}$$

โดยกำหนดให้  $n_i$  = จำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มในแต่ละกลุ่ม

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

$N_i$  = จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

$$\begin{aligned} \text{สาขาลำพูน(ป่าเหี้ยว)} &= \frac{397(15,520)}{45,570} = 135.21 \approx 135 \text{ ราย} \\ \text{สาขาย่อยถนนเจริญราษฎร์} &= \frac{397(15,000)}{45,570} = 130.68 \approx 131 \text{ ราย} \\ \text{สาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน} &= \frac{397(15,050)}{45,570} = 131.11 \approx 131 \text{ ราย} \end{aligned}$$

ดังนั้น จากการคำนวณจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน สาขาลำพูน(ป่าเหี้ยว) จำนวน 135 ราย สาขาย่อยถนนเจริญราษฎร์ จำนวน 131 ราย และสาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จำนวน 131 ราย จึงทำการสุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารในแต่ละสาขา โดยอาศัยเทคนิคการสุ่ม (random) กลุ่มตัวอย่างที่จะช่วยขจัดความลำเอียง โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) ซึ่งเป็นการทำการสุ่มตัวอย่างจากหน่วยตัวอย่าง (sampling unit) ในสาขาของธนาคารที่เป็นพื้นที่ที่ศึกษาแต่ละสาขาที่ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการด้านต่างๆ จนกว่าจะได้ข้อมูลครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ โดยที่แต่ละครั้งที่สุ่มลูกค้าของแต่ละสาขาจะมีโอกาสถูกเลือกเท่าเทียมกัน (บุญชม ศรีสะอาด, 2538)

### 3.2 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งมี ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ 3 สาขา คือ สาขาลำพูน (ป่าเหี้ยว) สาขาซอยถนนเจริญราษฎร์ และสาขาซอยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน ประชากรที่กำหนดเป็นประชากรศึกษาในจังหวัดลำพูน ที่ใช้บริการของธนาคารสาขาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 สาขา โดยเป็นลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริการด้านฝาก – ถอน เช่น โอนชำระค่าสินค้าและบริการ ครีฟท์ และแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งใช้บริการติดต่อสอบถามและขอข้อมูลจากธนาคาร

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวม โดยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือเก็บจากลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมจากห้องสมุด ประกอบด้วย หนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ และวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ข้อมูลจากหน่วยงานวิจัยของรัฐและเอกชน โดยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากสถาบันการเงิน โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดและทฤษฎี

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น ซึ่งมีคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด (open – ended and close – ended questions) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบัน ประกอบด้วย ประเภทของบริการที่ใช้จากธนาคาร วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน เหตุผลที่มาใช้บริการธนาคาร ปัญหาที่พบบ่อยในการมาใช้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยแต่ละข้อ คำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2538: 99) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

มีความพึงพอใจ/คาดหวังมากที่สุด	5 คะแนน
มีความพึงพอใจ/คาดหวังมาก	4 คะแนน
มีความพึงพอใจ/คาดหวังปานกลาง	3 คะแนน
มีความพึงพอใจ/คาดหวังน้อย	2 คะแนน
มีความพึงพอใจ/คาดหวังน้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

### 3.5 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้

เพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้องแม่นยำ ผู้ทำวิจัยทำการทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการสร้างขึ้นด้วยวิธีการและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นและผ่านการแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำงานเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ในด้านความครอบคลุมเนื้อหา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความถูกต้องของภาษา หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) นำแบบทดสอบที่เที่ยงตรงในเนื้อหาแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่จะทำการศึกษาซึ่งเป็นประชากรที่เข้ามาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ รวมทั้งสิ้น 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้วิธีของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2538: 174) ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$  - coefficient) สูตรในการหาความเชื่อมั่นวิธีนี้คือ

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_i^2} \right\}$$

เมื่อ	$\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$S_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

จากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$ -coefficient) ของแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) พบว่าความพึงพอใจต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ มีค่าเท่ากับ 0.798 และเมื่อจำแนกความพึงพอใจต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ออกเป็นรายด้านส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 0.801 ด้านราคา มีค่าเท่ากับ 0.732 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.729 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.796 และด้านสถานที่ที่มีค่าเท่ากับ 0.799 ส่วนความคาดหวังต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ มีค่าเท่ากับ 0.827 และเมื่อจำแนกความคาดหวังต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ออกเป็นรายด้านส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 0.814 ด้านราคา มีค่าเท่ากับ 0.809 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.784 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.764 และด้านสถานที่ มีค่าเท่ากับ 0.737 และเมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - coefficient) ของ นงนุช ภัทรนคร (2538: 339) ซึ่งระบุว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ควรต่ำกว่า 0.70 ดังนั้นจึงถือว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 397 ชุด หรือร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่กำหนดใช้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และกำหนดค่าออกมาเป็นตัวเลข เพื่อลงรหัสข้อมูล (coding) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS for Windows) เพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติที่เกี่ยวข้องแล้วสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยนำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้



1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ตารางแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลที่แสดงในรูปตาราง โดยการแยกแยะข้อมูลตามประเด็นใน วัตถุประสงค์ บรรยายและสรุปเชิงวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้

2. ข้อมูลความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ เป็นข้อมูลที่วัดค่าโดยมาตราส่วน ประเมินค่า (rating scale) โดยแต่ละข้อให้ผู้ตอบเลือกตอบได้เป็น 5 ระดับ จึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความพึงพอใจและความคาดหวัง ของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อการแปลความหมาย ซึ่งสามารถกำหนดช่วงคะแนน โดยใช้สูตรคำนวณของพิสัยดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ดังนั้นเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย สามารถกำหนดได้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.20 – 5.00	มีความพึงพอใจ/ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
3.40 – 4.19	มีความพึงพอใจ/ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
2.60 – 3.39	มีความพึงพอใจ/ความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
1.80 – 2.59	มีความพึงพอใจ/ความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.79	มีความพึงพอใจ/ความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. ข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด จะนำเสนอในเชิงพรรณนา

ส่วนการนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ศึกษานำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความคาดหวังของลูกค้ามาเป็นแนวทางศึกษาวิจัยต่อไปโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย(อ้างใน พรนพ พุกกะพันธ์ และประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์, 2544) และเครื่องมือวัดระดับคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry เพื่อไปสู่การพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารในอนาคตต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved