

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 4 สาขา คือ สาขาลำปาง สาขาประตู่ชัย สาขาเขลางค์นคร และสาขาเทสโก้โลตัสลำปาง จำนวน 13,933 ราย ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2553

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ มีขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. หาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของ Yamane (1967. อ้างถึงในวัชรวิทย์ พฤทธิกันนท์, 2548) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 398 คน แต่ผู้ศึกษารวบรวมมา 400 ตัวอย่าง รายละเอียดการคำนวณตามสูตร ดังนี้

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

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนลูกค้าที่ถือบัตรเอทีเอ็ม บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ทั้ง 4 สาขา

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนกำหนดไว้ที่ 5%

แทนค่า

$$n = \frac{13,933}{1 + 13,933 (0.05)^2}$$
$$= 389 \text{ คน}$$

2. เมื่อทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้ว จะเลือกใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากผู้ที่ถือบัตรเอทีเอ็ม บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ทั้ง 389 คน แต่ผู้ศึกษาได้รวบรวมมา 400 คนจาก 4 สาขา ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขามาจากสูตร ดังนี้

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times 400$$

n_i คือ จำนวนตัวอย่างของลูกค้ำที่ถือบัตรเอทีเอ็ม บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในสาขา i

N_i คือ จำนวนลูกค้ำที่ถือบัตรเอทีเอ็ม บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในสาขา i

N คือ จำนวนลูกค้ำที่ถือบัตรเอทีเอ็ม บมจ.ธนาคารกรุงไทย ทั้ง 4 สาขา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

3. เมื่อทราบจำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา จะใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขา จากลูกค้ำที่ใช้บริการเอทีเอ็ม ที่สาขาของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ในช่วงวันที่ 1 – 28 กุมภาพันธ์ ซึ่งสามารถแบ่งตามสาขาของธนาคาร ดังแสดงตามตาราง 3.1

ตาราง 3.1 แสดงจำนวนสาขาของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ชื่อสาขา	จำนวนลูกค้ำ ที่ใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
ลำปาง	2,931	21	84
ประตู่ชัย	4,800	34	136
เขลางค์นคร	3,021	22	88
เทสโก้โลตัสลำปาง	3,181	23	92
รวม	13,933	100	400

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ตามลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 4 สาขา โดยแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย

- จำนวนบัตรเอทีเอ็ม
- ระยะเวลาในการใช้บริการตู้เอทีเอ็ม
- จำนวนครั้งที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม
- เหตุผลที่เลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็ม
- เลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มด้านใด
- สถานที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม
- จำนวนเงินที่ทำธุรกรรมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง
- ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมโดยเฉลี่ยแต่ละเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่

- มีรูปแบบการให้บริการของธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย
- รูปแบบการให้บริการที่ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน
- การใช้บริการตู้เอทีเอ็มมีความสะดวกสบาย

ด้านราคา (Price) ได้แก่

- อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมถูกกว่าในการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์
- ตู้เอทีเอ็มเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
- ไม่ต้องเสียเวลาไปธนาคาร ในเวลาเปิดทำการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่

- มีตู้เอทีเอ็มหาได้ง่าย มีอยู่ทั่วไป
- มีจำนวนตู้เอทีเอ็มเพียงพอต่อความต้องการ
- สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่

- การลดค่าธรรมเนียมนในการทำรายการ
- มีรายการส่งเสริมการใช้บริการสม่ำเสมอ เช่น แจกของรางวัลให้ลูกค้าผู้โชคดี
- มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
- มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือ มีป้ายโฆษณาติดประกาศ

ด้านบุคลากร (People) ได้แก่

- พนักงานธนาคารมีความรู้เข้าใจในตู้เอทีเอ็ม เมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าต้องการ
- พนักงานธนาคารให้บริการด้วยความรวดเร็ว และ ถูกต้อง แม่นยำ
- พนักงานธนาคารดูแลลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ
- พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และมีความเต็มใจในการตอบคำถาม

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ได้แก่

- ขั้นตอนในการใช้บริการตู้เอทีเอ็มสะดวกรวดเร็ว ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน
- สามารถทำรายการธุรกรรมการเงินได้ถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว
- มีความเชื่อมั่นในระบบป้องกันความปลอดภัย

ด้านกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ได้แก่

- ตู้เอทีเอ็มตั้งอยู่ในที่ที่ปลอดภัย ที่ทำงาน สถานศึกษา
- สามารถจอดรถได้สะดวก
- ตั้งอยู่ในที่ปลอดภัย ไม่อยู่ในมุมอับ
- มีกล้องวงจรปิด มีแสงสว่างเพียงพอ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม โดยข้อมูลความพึงพอใจของ

ลูกค้า แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ด้านราคา (Price)
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ด้านบุคลากร (People)
- ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
- ด้านกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ บทความวารสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ก่อนแล้ว เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตของธนาคาร วารสารของธนาคาร ข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ประกอบรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการตู้เอทีเอ็ม

วิธีการศึกษา แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการตู้เอทีเอ็มของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1) **ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา** คือข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์โดยในสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และนำค่าร้อยละมาเรียงลำดับลักษณะข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1) **ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา** คือข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ซึ่งเป็นส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มตามความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินเฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้ กลุ่มผู้ที่ทำรายการเฉลี่ย 1-3 ครั้ง/เดือน กลุ่มผู้ที่ทำรายการเฉลี่ย 4-6 ครั้ง/เดือน และกลุ่มผู้ที่ทำรายการเฉลี่ย 6 ครั้ง/เดือนขึ้นไป โดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความสำคัญเป็น 4 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ค่าคะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่สำคัญ	1

ทำการรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยที่ได้ และนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ในแต่ละปัจจัย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย มาจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด และทำการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
3.51-4.00	สำคัญมาก
2.51-3.50	สำคัญปานกลาง
1.51-2.50	สำคัญน้อย
1.00-1.50	ไม่สำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1) **ข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษา** คือข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ซึ่งเป็นส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ของธนาคาร

2) **วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม เพื่อเรียงลำดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการตู้เอทีเอ็ม โดยมีลำดับ 1 ถึง 3 โดยลำดับที่ 1 มีคะแนนเท่ากับ 3 ลำดับที่ 2 มีคะแนนเท่ากับ 2 ลำดับที่ 3 มีคะแนนเท่ากับ 1 และลำดับที่ไม่ได้เลือกมีคะแนนเท่ากับ 0 แสดงได้ดังนี้

ลำดับของความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
1	3
2	2
3	1
ลำดับที่ไม่ได้เลือก	0

ทำการวิเคราะห์คะแนนรวมของแต่ละลำดับ จัดเรียงลำดับของความพึงพอใจ (Ranking) จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยปัจจัยข้อที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการตู้เอทีเอ็มมากที่สุด