

บทที่ 2

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้การรับรู้ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะทำการศึกษา 2 ระดับคือ ระดับความคุ้นเคยในการใช้บริการ ประกอบด้วย รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ และระดับความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ประกอบด้วย 5 มิติ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสาขาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรผู้ใช้บริการธนาคารฯ ที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสาขาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงจึงทำให้ผู้ศึกษาใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Seymour Sudman (คุณทูลี่ รื่นรมย์, 2551:187) โดยกำหนดตัวอย่างจำนวน 360 ตัวอย่าง แบ่งตามสาขาพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 15 สำนักงานเขต โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีโควตา (Quota Sampling) ในจำนวนเท่าๆกัน คือ เขตละ 24 คน รวม 360 ตัวอย่าง และจะทำการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการของสาขาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในแต่ละเขต

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 15 เขต ะละ 24 ราย รวมจำนวน 360 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย รูปแบบของสาขาที่ใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ประกอบด้วย 5 มิติ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Means)

ในการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) วัดระดับโดยมาตราส่วนเป็นแบบ Rating Scale โดยอ้างอิงเกณฑ์การวัดภาพลักษณ์ของรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (ม.ป.ป.: ออนไลน์) ซึ่งแบ่งการวัดภาพลักษณ์เป็น 2 ระดับ คือ

ระดับแรก เป็นคำถามวัดระดับความคุ้นเคย (Familiarity Scale) 5 ระดับ ที่มีต่อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนความคุ้นเคย

รู้จักและใช้เป็นประจำ	ให้คะแนน 5
รู้จักและเคยใช้	ให้คะแนน 4
รู้จักแต่ไม่เคยใช้	ให้คะแนน 3
เคยได้ยิน	ให้คะแนน 2
ไม่เคยได้ยินมาก่อน	ให้คะแนน 1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	รู้จักและใช้เป็นประจำ
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	รู้จักและเคยใช้
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	รู้จักแต่ไม่เคยใช้
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	เคยได้ยิน
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	ไม่เคยได้ยินมาก่อน

ระดับที่สอง เป็นคำถามวัดระดับความชอบ (Favorability Scale) 5 ระดับที่มีต่อ
ภาพลักษณ์ธนาคาร โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนความชอบ

ชอบมากที่สุด	ให้คะแนน 5
ค่อนข้างชอบ	ให้คะแนน 4
รู้สึกเฉยๆ	ให้คะแนน 3
ไม่ค่อยชอบ	ให้คะแนน 2
ไม่ชอบเลย	ให้คะแนน 1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	ชอบมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	ค่อนข้างชอบ
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	รู้สึกเฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	ไม่ค่อยชอบ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	ไม่ชอบเลย

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ สาขาของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554-กันยายน 2555



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved