

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาคือการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ จะศึกษาคือการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ซึ่งประกอบไปด้วย 8 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การสื่อสารที่จุดซื้อ การตลาดเจาะตรง การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การสนับสนุนทางการตลาด และการตลาดเชิงกิจกรรม โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับตัวแบบไอดา (AIDA model) ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ อันประกอบด้วย ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้ และการตัดสินใจซื้อ

ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปที่เคยใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ธนาคารใดธนาคารหนึ่งใน 5 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทย และมีบัตรประจำตัวประชาชน สามารถเปิดบัญชีเงินฝากและทำธุรกรรมทางการเงินได้โดยสมบูรณ์ซึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 139,547 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2549)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 139,547 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2549) แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงที่เคยใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ใน

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยสุ่มเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) (คุณทรี รื่นรัมย์, 2549) ระบุไว้ว่า จำนวนประชากรในท้องถิ่น ให้ใช้จำนวนตัวอย่าง 200-500 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกจึงกำหนดจำนวนตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง โดยกระจายการเก็บข้อมูลตามผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและธนาคารกรุงไทย แห่งละ 60 ตัวอย่าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม สอบถามจากผู้ที่เคยใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป จำนวน 300 ราย

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ ตำรา บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ใช้สอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากและพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมในการรับข่าวสาร รวมทั้งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวัดระดับความสำคัญของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนั้น ใช้มาตราวัดโดยแบบ ลิเคอร์ท Likert Scale (กฤษณี รื่นรัมย์, 2549) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มีผลมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ระดับที่มีผลในการเลือกใช้บริการ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถที่จะกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง จัดอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง จัดอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง จัดอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง จัดอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง จัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2551 และระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551 ถึง เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2551

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่และวิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธนาคารพาณิชย์ 5 ธนาคาร อันได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่