

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร เป็นการศึกษาในรูปแบบเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Research) จึงได้กำหนดวิธีการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่มตัวอย่าง
3. ข้อมูล และแหล่งข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาในการศึกษา

#### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ไว้ดังนี้

##### 1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรม การใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6 W's 1 H ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะจากการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม.

##### 2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ถือบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2545 มีจำนวนผู้ถือบัตร เอ.ที.เอ็ม. ทั้งหมด 26,385 บัตร<sup>7</sup>

<sup>7</sup>รายงานข้อมูลฝ่ายการบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2545)

### กลุ่มตัวอย่าง และวิธีเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากผู้ถือบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ทั้งสิ้น 26,385 บัตร การกำหนดขนาดตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์ จะได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 378 ชุด<sup>๑</sup> โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งไปสัมภาษณ์ตามสถานที่ติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม. ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร เป็นผู้ดูแล ทั้งสิ้น 9 แห่ง ดังรายละเอียดดังนี้

### ตารางที่ 3 สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลตามที่ตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม.

สถานที่ติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม	จำนวน/ชุด
1.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร	42
2.โรงพยาบาลสมุทรสาคร	42
3.โรงพยาบาลมหาชัย	42
4.บริษัท แฟ็คฟู้ดส์ จำกัด	42
5.บริษัท กิบุเน (ไทยแลนด์) จำกัด	42
6.บริษัท อภิทุน จำกัด	42
7.บริษัท วีรับเบอร์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	42
8.บริษัท วีรับเบอร์ จำกัด	42
9.บริษัท ไทยรวมสินพัฒนาอุตสาหกรรม จำกัด	42
รวม	378

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูล และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ลูกค้าที่มีบัตร เอ.ที.เอ็ม. ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่ง ไปสัมภาษณ์ตามสถานที่ติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร เป็นผู้ดูแลทั้งสิ้น 9 แห่ง จำนวน 378 ชุด

#### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

รวบรวมข้อมูล จากวารสาร นิตยสาร สิ่งพิมพ์ และรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

<sup>๑</sup> ประชุม สุวัฑฒ์. สถิติเพื่อการวิจัย. (กรุงเทพฯ : 2541) หน้า 103-130

### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่ง โครงสร้างออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร โดยแยกได้เป็น 3 หัวข้อคือ

2.1 พฤติกรรมการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. โดยทั่วไป ได้แก่จำนวนบัตร เอ.ที.เอ็ม.ที่ท่านถือครองอยู่มีจำนวนเท่าไร หากท่านมีมากกว่า 1 บัตร ท่านใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารใดมากที่สุด และมีเหตุผลอะไรที่ทำให้ท่านเลือกใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารดังกล่าวเป็นประจำ

2.2 พฤติกรรมการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ประกอบกับท่านมีบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร เป็นเวลานานเท่าใด ใครเป็นผู้แนะนำท่านใช้บัตรเอ.ที.เอ็ม. ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ท่านใช้บริการผ่านบัตรเอ.ที.เอ็ม.ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร เฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง ท่านใช้บริการผ่านบัตรเอ.ที.เอ็ม. เพื่อทำการอะไร และมากน้อยเพียงใด และในการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ท่านมีวิธีการใช้อย่างไร กรณีถอนเงินท่านใช้บัตรเอ.ที.เอ็ม. ถอนเงินแบบใด ในรอบ 1 เดือน ท่านใช้บริการผ่านบัตร เอ.ที.เอ็ม. ในช่วงใดมากที่สุด และใช้เวลาใดยาวที่สุด หากท่านจะใช้บริการผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม. ท่านจะเลือกใช้บริการที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. ใด

2.3 ปัจจัยในการเลือกใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. โดยมีปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ คือรูปแบบของบัตรมีความสวยงาม มีความรวดเร็วในการทำบัตร และบัตรมีบริการที่หลากหลาย ปัจจัยทางด้านราคา มีค่าธรรมเนียม ค่าทำบัตร ที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น หรือมีการลดหย่อน ปัจจัยด้านสถานที่และความสะดวก ความสะดวกในการเดินทางมายังธนาคาร หรือที่ตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม.มีจำนวนมาก เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาที่แพร่หลาย มีการแจกของขวัญจากการทำบัตร มีการส่งเสริมชิงโชค

**ส่วนที่ 3** ปัญหาจากการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม.ปัญหาที่เกิดจากตู้ เอ.ที.เอ็ม.และข้อเสนอแนะ อีกทั้งบริการที่ต้องการเพิ่มเติม ในบัตร และ ตู้ เอ.ที.เอ็ม.

ลักษณะคำถามมี 2 ลักษณะ คือ

3.1 คำถามแบบปิด (Close-Questionnaire) เป็นคำถามแบบให้เลือกคำตอบ เพื่อความ

สะดวกแก่ผู้ตอบ

3.2 คำถามแบบเปิด (Open-Questionnaire) เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีรายละเอียด ดังนี้

1. ชั้นเตรียมหาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

จัดทำแบบสอบถามสำหรับใช้รวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวม

ข้อมูลภาคสนามต่อไป

2. ชั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ประสานงานกับเจ้าของสถานที่ที่ตั้งตู้เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้

บริการ

2.2 จัดเจ้าหน้าที่ประจำตามสถานที่ที่ตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม. ทั้ง 9 ตู้ เพื่อเก็บแบบ

สอบถามจากผู้มาใช้บริการ

2.3 เมื่อได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดัง

ต่อไปนี้

- ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ของแบบสอบถาม แต่ละชุด จนครบ
- ทำการ Pretest แบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่อง และทำการแก้ไข
- ทำการลงรหัส ข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม
- ทำการบันทึกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 378 ชุด มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และการประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิท (Likert) 5 ระดับ<sup>9</sup> ดังนี้

<sup>9</sup> กุลชลี เวชสาร. การวิจัยการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 3. (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545)

<u>ระดับความสำคัญ</u>	<u>คะแนน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมาย ของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
4.50 – 5.00 หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49 หมายถึง	สำคัญมาก
2.50 – 3.49 หมายถึง	สำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49 หมายถึง	สำคัญน้อย
1.00 – 1.49 หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

**ระยะเวลาในการศึกษา**

การศึกษารุ่นนี้ ใช้เวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2546 ถึงเดือนกันยายน 2546

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved