

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวิธีการดำเนินการศึกษาในเรื่องขอบเขตประชากร ขอบเขตเนื้อหา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ทำการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่สมัครใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากธนาคารที่เปิดให้บริการทั้ง 7 แห่งได้แก่ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารเอเซีย ธนาคารทหารไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้บริการที่แน่นอน กำหนดเฉพาะผู้ที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเลือกจำนวนตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 350 ตัวอย่าง จากธนาคารที่เปิดให้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 7 ธนาคารๆละ 50 คน ซึ่งเป็นธนาคารที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เก็บข้อมูลจากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่เข้ามาใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าจากสิ่งตีพิมพ์ เอกสาร ตำรา ต่างๆ และข้อมูลการให้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่างๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วยรายละเอียด 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม จำนวน 350 ชุด ผู้ศึกษานำมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถาม ใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธีเรตติ้งสเกล (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ดังนี้ (กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์, 2543:54)

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา รวมทั้งสิ้น 3 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม 2547 ถึงเดือน กันยายน

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 30 วัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม-15 สิงหาคม 2547