

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ข้อมูลและ แหล่งข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย การศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการด้าน เงินตราต่างประเทศของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาตามทฤษฎี 6W 1H ซึ่ง ประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในตลาด (Who)
2. ลูกค้าชื่ออะไร (What)
3. ทำไมลูกค้าจึงซื้อ (Why)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who)
5. ลูกค้าซื้อเมื่อใด (When)
6. ลูกค้าซื้อที่ไหน (Where) และ ลูกค้าซื้ออย่างไร (How)

และแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place) คน (People) การสร้างและการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการในการให้บริการ (Process)

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านปริวรรตเงินตรา ต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านปริวรรตเงินตรา ต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าบุคคลธรรมดา หรือลูกค้า

ธุรกิจประเภทนิติบุคคล เข้ามาใช้บริการด้านปริวรรตเงินตราต่างประเทศ โดยมีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จากสาขาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่สีลม สาขา สยามสแควร์ สาขาบางแค และสาขาสะพานพระปิ่นเกล้า ซึ่งเป็นสาขาที่มีผู้ใช้บริการด้านเงินตรา ต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยสูตรในการ คำนวณกลุ่มตัวอย่างของ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2548 : 194) โดยกำหนด ความเชื่อมั่น 95% และมีค่าคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% โดยคำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{[1 + N(e)^2]}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลของทั้ง 4 สาขา มีจำนวน 630 ราย โดยประมาณการ(สุทธิกานต์ ประโยชน์, เจ้าหน้าที่ด้านต่างประเทศ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2550)

$$\begin{aligned} n &= \frac{630}{[1 + 630(0.05)^2]} \\ &= \frac{630}{2.575} = 244.66 \end{aligned}$$

เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูล จึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 250 คน

จากนั้นผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสัดส่วน (Proportionate Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากแต่ละสาขา เป็นสัดส่วนตามจำนวนลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือ ลูกค้านิติบุคคล โดยวิธีโควต้า (Quota Sampling) ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร			จำนวนตัวอย่าง		
	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	รวม	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	รวม
1. สำนักงานใหญ่ สีลม	200	50	250	80	20	100
2. สาขา สยามสแควร์	150	30	180	60	10	70
3. สาขา บางแค	100	10	110	40	4	44
4. สาขา สะพานพระปิ่นเกล้า	80	10	90	32	4	36
รวม	530	100	630	212	38	250

หมายเหตุ ตัวเลขจำนวนลูกค้านุคคณธรรมดาและนิติบุคคลได้จากการสัมภาษณ์พนักงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จากสาขาทั้ง 4 แห่งเป็นการประมาณการ (สุทธิกานต์ ประโยชน์, เจ้าหน้าที่ด้านต่างประเทศ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2550)

ทั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการด้านปริวรรตเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 250 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

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

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) โดยแบ่งตามระดับความสำคัญดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
มาก	4 คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับความสำคัญดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	มีความสำคัญน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	มีความสำคัญน้อย
2.50 – 3.49	มีความสำคัญปานกลาง
3.50 – 4.49	มีความสำคัญมาก
4.50 – 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด

3.4 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 5 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม ถึงเดือน พฤษภาคม 2551 โดยทำการเก็บข้อมูลเดือนเมษายน 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved