

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ทัศนคติของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา กลุ่มตัวอย่างและวิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แหล่งที่มาของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การประมวลผลข้อมูลและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน และพนักงานธนาคารกสิกรไทยสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ตามองค์ประกอบของทัศนคติ ทางด้านความรู้ความเข้าใจ ทางด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 2 กลุ่มคือ

- 1) ลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ และเป็นผู้รู้จักโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร
- 2) พนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 4,118 คน (ธนาคารกสิกรไทย : 2549)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) ลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง

2) พนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณสูตรของ Taro Yamane (ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ, 2544 : 31) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 10% โดยคำนวณจากสูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \text{ขนาดตัวอย่าง}$$

$$N = \text{จำนวนประชากรทั้งหมดที่ศึกษา}$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง}$$

แทนค่า

$$n = \frac{4,118}{1+4,118(0.10)^2}$$

$$= 98$$

โดยผู้ศึกษาขอปรับเป็น 200 ตัวอย่าง เพื่อให้เท่ากับขนาดตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

ดังนั้นจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มรวมทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ และเป็นผู้ที่รู้จักโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls จำนวน 200 ตัวอย่างโดยจำแนกออกเป็นเพศหญิง 100 ตัวอย่างและเพศชาย 100 ตัวอย่าง

2) พนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 200 ตัวอย่างโดยจำแนกออกเป็นเพศหญิง 100 ตัวอย่าง และเพศชาย 100 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน และพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินที่ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ และแบบสอบถามสำหรับพนักงาน ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทำการวัดทัศนคติตามด้านต่างๆ ดังนี้

1) ด้านความรู้ความเข้าใจ

เป็นการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2) ด้านความคิดเห็น

ด้านความคิดเห็นใช้มาตรวัดของ (Likert's Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ซึ่งลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตรวัดทัศนคติ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (กฤษณี เวชสาร, 2546 : 122) ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งมีเกณฑ์การวัดและการแปลผลค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อนำมาวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3) ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

เป็นการวัดด้านแนวโน้มพฤติกรรมค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

3.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 9 เดือน ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2550 ถึงเดือน สิงหาคม 2551 โดยเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม ถึงเดือนสิงหาคม 2551