

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการในเรื่อง ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เพื่อศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ว่าลูกค้ามีความเข้าใจความรู้สึกตลอดจนพฤติกรรมการใช้บริการ โดยกำหนดกรอบการพิจารณาตามส่วนประสมการตลาดบริการ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมถึงพิจารณาถึงปัญหาในการใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์บริการบัตรไม่ต้อง

##### ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ และกระแสรายวันของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากประชากรซึ่งเป็นลูกค้าที่มีบัญชีกับธนาคารจำนวน 63,642 คน (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), มิถุนายน 2550) เทียบกับตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Herbert Askin and Raymond R. Colton. (นราศรี ไวนิชกุล, 2549: 132) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็น 5 ช่วงอายุ คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี, อายุ 31-40 ปี, อายุ 41-50 ปี, อายุ 51-60 ปี และ อายุมากกว่า 60 ปี โดยเก็บข้อมูลช่วงอายุละ 65 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 325 ตัวอย่าง

## วิธีการศึกษา

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล จากลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งตามช่วงอายุ จำนวน 325 คน

**ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้

ส่วนที่ 2 ทักษะด้านความรู้ความเข้าใจต่อการให้บริการ บัตรไม่ต้อง ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในด้านขั้นตอนและวิธีการใช้บริการ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ช่องทางที่สามารถใช้บริการ และความปลอดภัยในการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ทักษะด้านความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการ บัตรไม่ต้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ทักษะด้านแนวโน้มพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยเป็นแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการบัตรไม่ต้อง โดยแบ่งเป็น ผู้ที่ใช้บริการได้แก่ ระยะเวลาที่เริ่มใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุที่ไม่ใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ โดยเป็นแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ซึ่งเป็นปัญหาต่างๆ ในการใช้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความพร้อมของอุปกรณ์ให้บริการและความปลอดภัยในการใช้บริการ รวมถึงข้อเสนอนแนะต่างๆ ในการใช้บริการ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทั้งนี้การวัดระดับทัศนคติของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถามใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับตาม เรทติ้งสเกล (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์, 2543: 54)

### สถานที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการศึกษาใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง กรกฎาคม 2552 โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง มิถุนายน 2552