

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการศึกษาไว้ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 แหล่งข้อมูล
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือวิจัย
- 3.5 การจัดการข้อมูลและประมวลผล

#### 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามลำดับขั้นตอนในการใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด โดยเริ่มจากการตัดสินใจในส่วนประสมทางการตลาด บริการเงินฝาก พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝาก และความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาจะนำมา นำเสนอรูปแบบของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) โดยใช้ตารางต่างๆ มารวมนำเสนอเพื่อส่งเสริมความเข้าใจมากขึ้น

#### 3.2 แหล่งข้อมูล

##### 3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม

##### 3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ ตำราเรียน วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยประเภทต่างๆ วารสาร บทความวิชาการ และข้อมูลออนไลน์ที่เชื่อถือได้

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ได้แก่ สำนักเพชรบุรี สาขาเซ็นจูรี เดอะมูฟวี่พลาซ่า สาขานนเพชรบุรีตัดใหม่ สาขานนเพชรบุรี ซอย 20 สาขาประตูน้ำ สาขาพล ทินัมประตูน้ำ สาขาใบหยกประตูน้ำ สาขาเจริญผล สาขาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และสาขา โรงพยาบาลพญาไท 1 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) รวม 10 แห่ง โดยมีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ ขึ้นไป ซึ่งเป็นบุคคลที่บรรลุนิติภาวะแล้วที่สามารถตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ อย่างแท้จริงต่อการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษาเป็นเฉพาะสำนักงานสาขาของ ธนาคารในเขตราชเทวีเท่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยเป็นพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานประจำอยู่ในสาขา ของเขตพื้นที่ดังกล่าว ส่งผลทำให้มีความสะดวกในการดำเนินการศึกษาเพื่อขอความร่วมมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงจำนวนที่แน่นอนของประชากรทั้งหมด เนื่องจากการเก็บ รักษาความลับทางข้อมูลของธนาคาร แต่จากการคาดคะเนเบื้องต้นธนาคารทุกสาขานเขตราชเทวีมี จำนวนลูกค้าบัญชีเงินฝากทุกประเภทแบบไม่ชำระรายบุคคลกันมากกว่า 100,000 ราย ผู้วิจัยจึง เลือกใช้สูตรของ Poscoe, 1975 (อ้างถึงในมาลินี สนิมมูล, 2556, หน้า 41) ในการคำนวณหาขนาด กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = ((Z*S)/e)^2$$

โดย n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 = 1.96

S แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าได้  $[(1.96*0.50)/0.05]^2 = 384.16$

#### 3.3.2 การกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยสร้างความมั่นใจว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างจะมีขนาดใหญ่เพียงพอการใช้เป็นตัวแทน ของประชากรได้ จึงทำการศึกษาเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นด้วยการสุ่มตัวอย่างตามโควต้าในธนาคารสาขาในเขตราชเทวีทั้ง 10 แห่งๆ ละ 40 ตัวอย่างเท่ากัน โดยใช้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานต่างสาขาขอความช่วยเหลือ ประสานงานในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละสาขาตามความสะดวก แบบพบกัน โดยบังเอิญจนครบจำนวนตามที่กำหนดไว้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2558

### 3.4 เครื่องมือวิจัย

#### 3.4.1 โครงสร้างของเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในการศึกษาค้างนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างของคำถามปลายปิดทั้งหมด โดยแบบสอบถาม 1 ชุดประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบที่มีหลายตัวเลือกให้เลือกตอบ (Multiple-Choice Questions) และกำหนดมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) รวม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด

ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับความสำคัญ และกำหนดมาตราวัดแบบมาตรอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 7 ด้านๆ ละ 3 ข้อ รวม 21 ข้อ ทั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้นำช่องทางการให้บริการผ่านทางออนไลน์มาร่วมศึกษาด้วย เนื่องจากผู้วิจัยมีจุดประสงค์ศึกษาเฉพาะธนาคารสาขาในเขตราชเทวีเท่านั้น

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการ

ประกอบด้วย ระยะเวลาการให้บริการ ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบที่มีหลายตัวเลือกให้เลือกตอบ (Multiple-Choice Questions) และกำหนดมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) รวม 7 ข้อ

ซึ่งคำถามในส่วนที่ 2 มีเกณฑ์การให้คะแนนและการแบ่งช่วงอันตรภาคชั้นตามค่าพิสัย (วรรณภรณ์ ไตรทิพย์สมบัติ, 2554, หน้า 94-95) ดังนี้

5	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
3	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

ได้ช่วงอันตรภาคชั้นต่างๆ ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึงมีความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึงมีความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึงมีความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึงมีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึงมีความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.4.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การทดสอบแบบสอบถามในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวัด 2 แบบด้วยกัน ดังนี้

#### 3.4.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและปรับปรุงตามคำแนะนำก่อนนำไปขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นผู้จัดการประจำธนาคารสาขาเขตราชเทวี จำนวน 3 ท่าน ทบทวนและให้คะแนนตามเกณฑ์ค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ดังนี้

- 1 หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 0 หมายถึง คำถามอาจมีหรือไม่มี ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 1 หมายถึง คำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยศึกษา

เมื่อคำถามแต่ละข้อ ได้รับการประเมินเป็นผลคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและถือว่าเป็นผลลัพธ์ตามค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถาม โดยทำการตัดข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 ซึ่งถือว่าไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทิ้งไป (จิตติมา ช่างเพชร, 2555, หน้า 52-53) ซึ่งผลการทดสอบ พบว่าคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่ามีเนื้อหาที่เที่ยงตรงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการทดสอบแสดงไว้ในภาคผนวก

#### 3.4.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงแล้ว จำนวน 30 ชุด ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้าของธนาคารฯ ที่สาขาอื่นนอกเหนือจากเขตราชเทวีเพื่อป้องกันการใช้ข้อมูลซ้ำกัน โดยขอความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานประจำสาขาที่รู้จัก คู่ินเคย และขอความร่วมมือได้ช่วยแจกและเก็บแบบสอบถาม ซึ่งไม่กำหนดสาขาเฉพาะแต่ให้เป็นไปตามความสะดวกและโอกาสที่

ผู้อำนวย รวม 3 สาขาๆ ละ 10 ชุดเท่ากัน เพื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ซึ่งมีมาตรวัดแบบอันดับมาทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในของครอนบาช (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) (พิมพ์ทอง สังสุทธิพงษ์และวรวดี กิติวงศ์, 2552 อ้างถึงในเกรียงศักดิ์ เอี่ยมพุทธรักษ์, 2553) และทำการยอมรับเฉพาะผลที่มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป มิฉะนั้น จะทำการปรับปรุงจนกว่าได้ค่าตามมาตรฐาน ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ค่าถามทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ซึ่งมีมาตรวัดแบบอันดับเชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการเงินฝาก	Cronbach's Alpha	ผลทดสอบ
ผลิตภัณฑ์	0.874	ผ่าน
ราคา	0.984	ผ่าน
ช่องทางจัดจำหน่าย	0.992	ผ่าน
การส่งเสริมการตลาด	0.940	ผ่าน
บุคลากร	0.944	ผ่าน
ลักษณะทางกายภาพ	0.951	ผ่าน
กระบวนการให้บริการ	0.968	ผ่าน

หมายเหตุ : แต่ละด้านมีคำถาม จำนวน 3 ข้อเท่ากัน

### 3.5 การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

#### 3.5.1 การจัดการข้อมูล

##### 3.5.1.1 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเพื่อนำมากำกับลำดับเลข

##### 3.5.1.2 การใส่รหัส

ผู้วิจัยกำหนดรหัสตามตัวแปรและปัจจัยต่างๆ ไว้ล่วงหน้า

##### 3.5.1.3 การบันทึกข้อมูล

ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลตามรหัสที่กำหนดไว้ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ

##### 3.5.1.4 การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่บันทึกถูกต้องครบถ้วนแล้วมาทำการประมวลผลตามสถิติที่เลือกใช้

### 3.5.2 การประมวลผล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติต่างๆ ในการประมวลผลข้อมูลสอดคล้องกับความเหมาะสมของข้อมูลประเภทต่างๆ ที่มีมาตรวัดแตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ที่เลือกใช้ ดังนี้

#### 3.5.2.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

##### 1. ค่าร้อยละ

ใช้อธิบายปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่าง

##### 2. ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการเงินฝาก

#### 3.5.2.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

##### 1. Pearson Chi-Square

ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1

##### 2. t-Test และ One-Way ANOVA (F-Test)

ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปสำหรับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครที่ได้รับอิทธิพลจากส่วนประสมทางการตลาดบริการเงินฝากของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี Sheffe สำหรับตัวแปรที่มีความแตกต่างจากการทดสอบโดยใช้ F-test