

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

แบบของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน ของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ได้แก่ลูกค้าของธนาคารซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุระหว่าง 23-65 ปี ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการของธนาคารที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ อันได้แก่

1. ธนาคารกรุงไทย
2. ธนาคารเอเซีย
3. ธนาคารไทยทนุ

2. การสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดโดยอาศัยตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ต่อความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งจากตารางดังกล่าวได้กำหนดขนาดไว้ว่า ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยขั้นแรกเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของ 3 ธนาคารข้างต้น จากนั้น นำจำนวนสาขาของแต่ละธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานครมารวมกันเพื่อกำหนดอัตราส่วนที่จะสำรวจ ได้ผลดังนี้

ธนาคาร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	คิดเป็นร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
กรุงไทย	87	39	155
เอเซีย	80	35	142
ไทยทนุ	58	26	103
รวม	225	100	400

แล้วกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างทำการสำรวจให้ได้ตามอัตราส่วนที่กำหนดไว้ ทำการสุ่มเลือกเฉพาะสาขาที่มีบริการหลักของแต่ละธนาคาร ได้แก่ บริการเงินฝาก บริการสินเชื่อ และ บริการต่างประเทศ โดยการจับสลาก (Random Sampling) เมื่อได้รายชื่อสาขาที่จะทำการสำรวจของแต่ละธนาคารแล้ว จึงกำหนดอัตราสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่จะสำรวจของแต่ละธนาคารได้ผลดังนี้

ธนาคารกรุงไทย

ชื่อสาขา	จำนวนแบบสอบถาม/สาขา
1. ธนาคารกรุงไทยสาขากระทรวงศึกษาธิการ	18
2. ธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย 4	18
3. ธนาคารกรุงไทยสาขาสุโขวิหิต	18
4. ธนาคารกรุงไทยสาขาเตาปูน	18
5. ธนาคารกรุงไทยสาขาราชเทวี	18
6. ธนาคารกรุงไทยสาขาลาดพร้าว	18
7. ธนาคารกรุงไทยสาขาศรียาน	18
8. ธนาคารกรุงไทยสาขาสยามสแควร์	18
9. ธนาคารกรุงไทยสาขาถนนวิภาวดี-รังสิต	18
รวม 9 สาขา	162

ธนาคารเอเซีย

ชื่อสาขา	จำนวนแบบสอบถาม/สาขา
1. ธนาคารเอเซียสาขาแจ้งวัฒนะ	18
2. ธนาคารเอเซียสาขาทองหล่อ	18
3. ธนาคารเอเซียสาขาบวรศักดิ์ทอง	18
4. ธนาคารเอเซียสาขาพหลุวิหิต	18
5. ธนาคารเอเซียสาขาสยามแยก	18
6. ธนาคารเอเซียสาขารังสิต	18
7. ธนาคารเอเซียสาขารัชดา-สาธุประดิษฐ์	18
8. ธนาคารเอเซียสาขาสีพระยา	18
รวม 8 สาขา	144

ธนาคารไทยธนุ

ชื่อสาขา	จำนวนแบบสอบถาม/สาขา
1. ธนาคารไทยธนุสาขางามวงศ์วาน	18
2. ธนาคารไทยธนุสาขาชิดลม	18
3. ธนาคารไทยธนุสาขาปทุมวัน	18
4. ธนาคารไทยธนุสาขาพันธุ์ทิพย์พลาซ่า	18
5. ธนาคารไทยธนุสาขาราชประสงค์	18
6. ธนาคารไทยธนุสาขาสะพานควาย	18
รวม 6 สาขา	108

หลังจากนั้นจึงทำการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคาร ณ สาขาต่างๆ ของธนาคารซึ่งได้กำหนดไว้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคาร ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสาร

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

สมมติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ ในสายตาของลูกค้าแต่ละธนาคารมีความแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ความเป็นลูกค้าของธนาคาร

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended) โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบของสื่อมวลชน
- ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ การมองภาพลักษณ์ของธนาคาร ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบฯ ในสายตาของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์การให้คะแนน

การวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์มาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยให้ค่าคะแนนเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

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

การมองภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ดีมาก	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย/ดี	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ/ปานกลาง	ให้	0	คะแนน
ไม่เห็นด้วย/ไม่ดี	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ไม่ดีย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ผู้วิจัยให้เกณฑ์การมองภาพลักษณะของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ ไม่แน่ใจปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0 คะแนน และไม่นำเอาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย การมองภาพ ลักษณะในระดับดังกล่าวมาบรรยายไว้ในบทที่ 4 เนื่องจาก เมื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่า มีกลุ่ม ตัวอย่างตอบแบบสอบถาม โดยมองภาพลักษณะธนาคารพาณิชย์อยู่ในระดับ “ไม่แน่ใจ” เป็น จำนวนมาก และหลังจากสอบถามจึงทราบว่า การมองภาพลักษณะธนาคารพาณิชย์ในระดับดังกล่าว นั้น เกิดจากความไม่แน่ใจในสถานการณ์ของสถาบันการเงิน ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปใน ด้านใดด้านหนึ่งในอนาคต จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มิได้หมายถึง การมองภาพลักษณะต่อประเด็น ดังกล่าวไว้ อยู่ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ากับธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
ไม่เคยใช้เลย	ให้	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การคิดคะแนนคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร การมองภาพ ลักษณะของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ และพฤติกรรมกาใช้บริการ แบ่ง ตามระดับการให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
1.00 - 1.50	เปิดรับข่าวสารระดับต่ำมาก / ภาพลักษณะไม่ดีอย่างยิ่ง/ ใช้บริการน้อยที่สุด
1.51 - 2.50	เปิดรับข่าวสารระดับต่ำ / ภาพลักษณะไม่ดี/ ใช้บริการน้อย
2.51 - 3.50	เปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง / ภาพลักษณะปานกลาง/ ใช้บริการปานกลาง
3.51 - 4.50	เปิดรับข่าวสารระดับสูง / ภาพลักษณะดี/ ใช้บริการมาก
4.51 - 5.00	เปิดรับข่าวสารระดับสูงมาก / ภาพลักษณะดีมาก/ ใช้บริการมากที่สุด

การทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Pre-test) ก่อนเป็นจำนวน 30 ชุด โดยทำการทดสอบกับกลุ่มที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาทดสอบหาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ส่วนที่เป็นคำถามปลายเปิดด้านต่าง ๆ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว จากการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นแล้ว จึงจัดทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ

วิธีการหาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ทำโดยใช้สูตรคำนวณ Alpha Coefficient ของ Cronbach ซึ่งใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k-1}{k} \left(1 - \frac{\sum V_i^2}{V_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	คือ	ความน่าเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละส่วน
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผลของค่าการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ในส่วนของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ และพฤติกรรมกาใช้บริการของลูกค้า ได้ค่า $\alpha = 0.8473$ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data Collection) โดยใช้การแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยร่วมกับผู้ช่วยผู้วิจัยแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่าง และตอบคำถามด้วยตนเอง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ 1 - 28 กุมภาพันธ์ 2542

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะนำมาประเมินผลและวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอ ดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ให้การบรรยายข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประเมินคำตอบจากแบบสอบถาม

การทดสอบสมมติฐาน

จะใช้สถิติวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ใช้ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป
2. ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Product Moment Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย