บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง เลือกมาจากประชากร โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) จำนวน 300 ราย จากลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเวลาทำการของธนาคารฯ คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.30 น. ถึง 15.30 น. ในเดือนกุมภาพันธ์ 2552

3.2 ข้อมูล และการรวบรวบข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลสถิติด้านเงินฝาก เงินให้สินเชื่อ และจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ ข้อมูลงบการเงินของธนาคารฯ และรายงานผลงานด้านผลิตภัณฑ์ของสาขา รวมถึงการรวบรวม บทความ เอกสาร รายงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการค้นคว้าต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาคือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะมีทั้งแบบปลายเปิดและแบบปลายปิด สร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการด้านต่างๆ ได้แก่

1) ประเภทของการใช้บริการ

1.1) บริการเงินฝาก ได้แก่ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีออมทรัพย์ บัญชีฝากประจำ บัญชีเงินออมปลอดภาษี

1.2) บริการสินเชื่อ/บัตรเครดิต ได้แก่ สินเชื่อเคหะ สินเชื่อเพื่อการพาณิชย์ เงินเบิกเกินบัญชี บัตรเครดิตบัตรกดเงินสด วงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

1.3) บริการอื่นๆ ได้แก่ ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ ประกันภัยรถยนต์ ชำระค่าสินค้า/สาธารณูปโภค รับ-โอนเงินจากต่างประเทศ แลกเงินตราต่างประเทศ

2) วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ

2.1) บริการเงินฝาก ได้แก่ ออมเงิน ลงทุนในธุรกิจ บัญชีเงินเดือน รับเงินโอนจากใน/นอกประเทศ

2.2) บริการสินเชื่อ/บัตรเครดิต ได้แก่ ปลูกสร้างที่อยู่อาศัย ลงทุนในธุรกิจ ใช้จ่ายหมุนเวียนในธุรกิจ ชำระค่าสินค้า/ใช้จ่ายฉุกเฉิน

2.3) บริการอื่นๆ ได้แก่ ซื้อความคุ้มครองชีวิต และอุบัติเหตุ ชำระค่าสินค้า/สาธารณูปโภค ทำธุรกรรมเกี่ยวกับต่างประเทศ

3) ความถี่ในการมาใช้บริการต่อสัปดาห์

4) ระยะเวลาที่ใช้บริการมาแล้ว

5) วันและเวลาที่มาใช้บริการ

6) แหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้ารู้จักกับธนาคารฯ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ ได้แก่

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1.1) บริการเงินฝาก ได้แก่

- ประเภทของบัญชีมีหลากหลายให้เลือกตรงตามความต้องการ
- การใช้บริการมีขั้นตอนไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย
- มีการรับประกันเงินฝากจากภาครัฐบาล

1.2) บริการสินเชื่อ ได้แก่

- ได้รับวงเงินตามต้องการ
- การขอสินเชื่อมีเงื่อนไข ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก
- สามารถเลือกจำนวนงวดที่ผ่อนชำระได้

1.3) บริการอื่นๆ ได้แก่

- มีความคุ้มครองด้านประกันภัย/ประกันชีวิตตรงตามต้องการ
- ชำระค่าสินค้า/ค่าสาธารณูปโภคได้หลายประเภท
- มีเงินตราต่างประเทศแลกเปลี่ยนได้หลายสกุล

2) ปัจจัยด้านราคา

2.1) บริการเงินฝาก ได้แก่

- มีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง
- สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยเงินฝากได้ตามวงเงินฝาก

2.2) บริการสินเชื่อ ได้แก่

- มีอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำ
- ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำ

2.3) บริการอื่นๆ ได้แก่

- ผลตอบแทนการทำประกันภัย/ประกันชีวิตคุ้มค่า
- ค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า/ค่าสาธารณูปโภคต่ำ
- ค่าธรรมเนียมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศต่ำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่

3.1) บริการเงินฝาก ได้แก่

- มีความรวดเร็ว ความถูกต้องในการให้บริการ
- มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ
- ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง

3.2) บริการสินเชื่อ ได้แก่

-ทราบระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อแน่นอน
-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ
-ความสะดวกรวดเร็วในการโทรศัพท์ติดต่อ

3.3) บริการอื่นๆ ได้แก่

- มีความรวดเร็ว ความถูกต้องในการให้บริการ
- มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ
- แนะนำบริการอื่นเพิ่มเติม

4) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่

4.1) บริการเงินฝาก ได้แก่

- มีความรู้และเป็นที่ปรึกษาทางการเงินได้
- มีกิริยา มารยาท การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
- มีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น

4.2) บริการสินเชื่อ ได้แก่

- มีประสบการณ์และมีความชำนาญ
- มีกิริยา มารยาท การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
- มีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น

4.3) บริการอื่นๆ ได้แก่

- มีประสบการณ์และมีความชำนาญ
- มีกิริยา มารยาท การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
- มีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น

5) ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย

- ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน
- มีจำนวนสาขาที่ให้บริการทั่วถึง
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

- โฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
- มีของขวัญของชำร่วยแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษ
- มีโครงการช่วยเหลือสังคมในโอการต่างๆ

7) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่

- อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอ
- มีการรักษาความปลอดภัย
- ชื่อเสียง ฐานะ ความมั่นคง ของธนาคาร

โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยออกเป็น 4 ระดับได้แก่ ความสำคัญมาก ความสำคัญปานกลาง ความสำคัญน้อย และไม่มีความสำคัญ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆ ได้แก่ -ด้านผลิตภัณฑ์

-ด้านราคา

-ด้านกระบวนการ

-ด้านบุคลากร

-ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย

-ด้านการส่งเสริมการตลาด

-ด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) กำหนดระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ระดับได้แก่ ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย และไม่มีความพึงพอใจ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

คำถามในส่วนนี้ใช้รวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อแสดงความคิดเห็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการต่างๆของธนาคารฯ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) นำเสนอโดยวิธีการแจกแจงค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ จะทำการศึกษาโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ โดยการใช้มาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) โดยกำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยเป็น 4 ระดับ ได้แก่ มีความสำคัญมาก มีความสำคัญปานกลาง มีความสำคัญน้อย และไม่มีความสำคัญ โดยให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัย ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	**คะแนน**
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มีความสำคัญ	0

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	**ระดับความสำคัญ**
2.50-3.00	มาก
1.50-2.49	ปานกลาง
0.50-1.49	น้อย
0.00-0.49	ไม่มีความสำคัญ

3) การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆ จะทำการศึกษาโดยวัดระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆ โดยการใช้มาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) โดยกำหนดระดับความพึงพอใจเป็น 4 ระดับ ได้แก่ มีความพึงพอใจมาก มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจน้อย และไม่มีความพึงพอใจ โดยให้คะแนนระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ความพึงพอใจมาก	3
ความพึงพอใจปานกลาง	2
ความพึงพอใจน้อย	1
ไม่มีความพึงพอใจ	0

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
2.50-3.00	ความพึงพอใจมาก
1.50-2.49	ความพึงพอใจปานกลาง
0.50-1.49	ความพึงพอใจน้อย
0.00-0.49	ไม่มีความพึงพอใจ

4) การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด นำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved