

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตาม แผนการดำเนินการ ขอบเขตการศึกษา ระเบียบวิธีการศึกษา การรวบรวมข้อมูล ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา สถิติที่ใช้ในการศึกษา

แผนการดำเนินการ ขอบเขต และวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ของธนาคารในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านการตั้งราคาค่าบริการ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการให้แก่ลูกค้า

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่สมัครใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่จากธนาคารที่เปิดให้บริการทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษาเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต การสำรวจในเบื้องต้น ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการทางธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จากธนาคารที่เปิดให้บริการจำนวน 8 ธนาคารธนาคารละ 30 คน ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 240 คน โดยเก็บข้อมูลใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ งานวิจัยต่าง ๆ วารสาร จุลสาร สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking)
- ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ของธนาคาร
- ส่วนที่ 3 ปัญหาการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้คำถามที่มีตัวเลือกแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบ Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	หมายถึงระดับความคาดหวังสำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึงระดับความคาดหวังสำคัญมาก
2.50 - 3.49	หมายถึงระดับความคาดหวังสำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึงระดับความคาดหวังสำคัญน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึงระดับความคาดหวังสำคัญน้อยที่สุด

ข้อมูลความพึงพอใจของการใช้ บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย และความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และ แปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	หมายถึงระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึงระดับความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึงระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึงระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึงระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) และธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved