

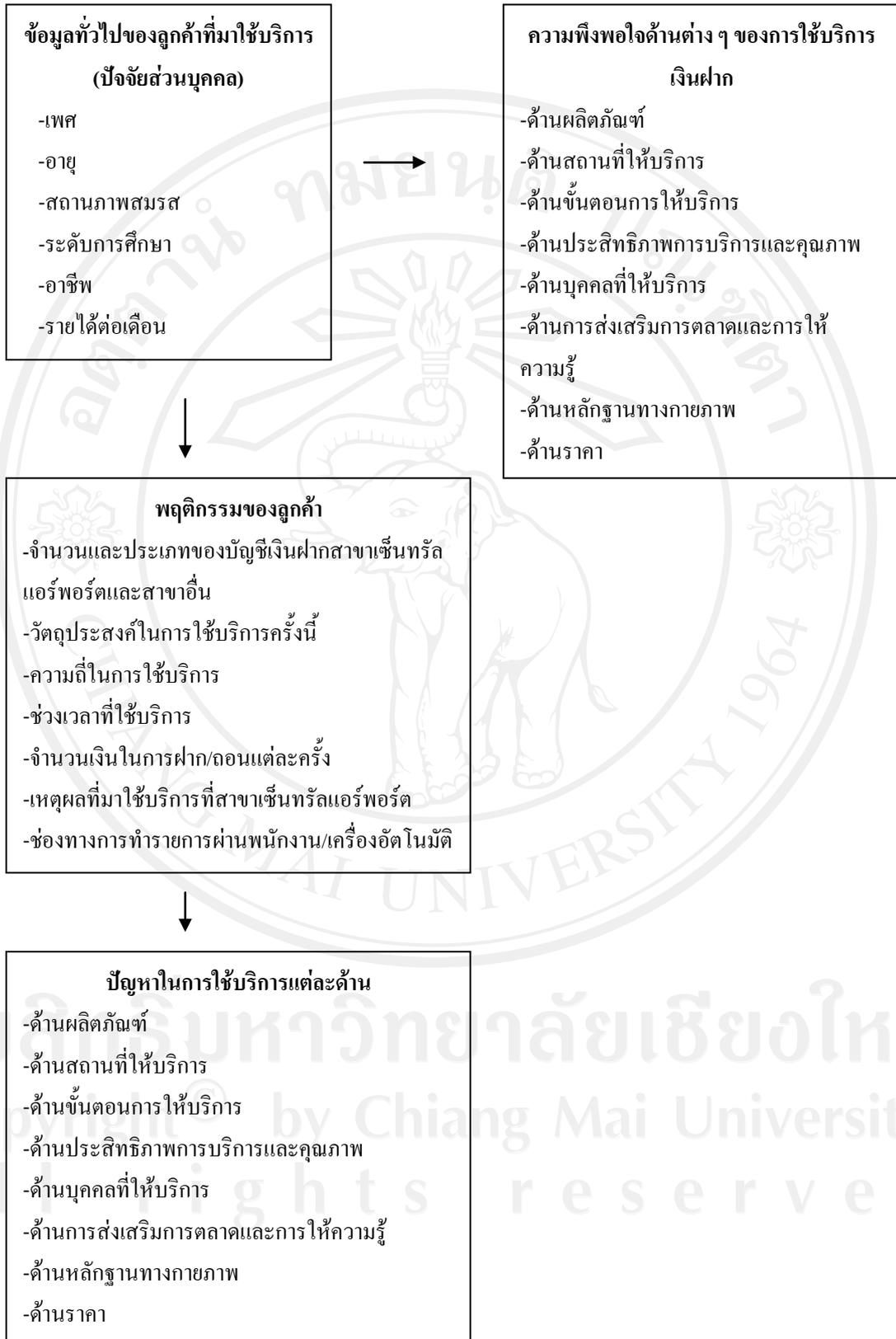
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) สำหรับวิธีดำเนินการศึกษาในบทนี้จะกล่าวถึง กรอบแนวคิดในการศึกษา การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากประเภทต่าง ๆ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากประเภทต่าง ๆ กับธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 ราย ในช่วงเวลาทำการของธนาคารฯ เดือน กันยายน 2552

3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลดังนี้คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ และปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝากประเภทต่าง ๆ ของธนาคารฯ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลสถิติด้านสินทรัพย์ หนี้สินและยอดเงินฝากของแต่ละธนาคาร จำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลการบริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) รายงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในค้นคว้าต่อไป

3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ได้แก่ จำนวนและประเภทของบัญชีเงินฝากสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต และสาขาอื่น วัตถุประสงค์ในการฝาก/ถอนครั้งนี้ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำนวนเงินในการฝากแต่ละครั้ง เหตุผลที่มาใช้บริการที่สาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต และช่องทางในการทำการรายการผ่านพนักงานหรือเครื่องอัตโนมัติ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย สาขา เซ็นทรัล เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ได้แก่ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความหลากหลายของประเภทเงินฝาก การประกันเงินฝาก
- ด้านสถานที่ให้บริการ เช่น ความสะดวกในการใช้บริการของธนาคารทหารไทย สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต และจำนวนสาขาของธนาคารทหารไทยที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่
- ด้านขั้นตอนการให้บริการ เช่น ระยะเวลาในการให้บริการลูกค้า ความซับซ้อนในการให้บริการ
- ด้านประสิทธิภาพการบริการและคุณภาพ เช่น ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มาตรฐานการให้บริการ
- ด้านบุคลากรที่ให้บริการ เช่น ลักษณะทางกายภาพ กริยามารยาท ความเอาใจใส่ลูกค้า ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธนาคาร
- ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้ เช่น การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ (โทรทัศน์ หนังสือ) การประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณา แผ่นพับหรือป้ายโปสเตอร์ในสาขา การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ คำแนะนำจากพนักงานธนาคาร คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ ประกาศอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคาร อัตราแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ
- ด้านหลักฐานทางกายภาพ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งของสาขา ความสะอาดของสถานที่ เก้าอี้ที่นั่งมีจำนวนเพียงพอ ความครบถ้วนของใบทำรายการและตัวอย่างการกรอก อุปกรณ์สำหรับลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ
- ด้านราคาในการให้บริการ เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก การขออัตราดอกเบี้ยพิเศษ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ลูกค้าประสบจากการใช้บริการเงินฝาก ของธนาคารทหารไทย สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยวิธีแจกแจงความถี่ ร้อยละ

2.การศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีขั้นตอนดังนี้

1. วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนผสมทางการตลาดของการให้บริการ ทั้ง 8 ด้าน โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดคะแนนความพึงพอใจในแต่ละระดับ ดังนี้

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

2. หาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจทั้ง 8 ด้าน ของลูกค้าแต่ละคนโดยใช้สมการดังนี้

ความพึงพอใจแต่ละด้านของคนที่ i = ผลรวมของคะแนนความพึงพอใจ

จำนวนรายการของความพึงพอใจแต่ละด้าน

3. นำเสนอระดับความพึงพอใจที่ได้โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจแต่ละระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50	– 5.00 หมายถึง มากที่สุด
3.50	– 4.49 หมายถึง มาก
2.50	– 3.49 หมายถึง ปานกลาง
1.50	– 2.49 หมายถึง น้อย
1.00	– 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบไคสแควร์ (chi-square : χ^2)

4.ปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล
พลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ใช้การวิเคราะห์โดยการจัดอันดับ (Ranking) ของระดับปัญหา ส่วน
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ นำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved