

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มีบัญชีเงินฝากที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีจำนวนรายทั้งสิ้น 2,870 ราย (ธนาคารกสิกรไทย, 2554)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 2,870 ราย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 (ธนาคารกสิกรไทย, 2554) ซึ่งการกำหนดขนาดตัวอย่าง จะใช้วิธีการเปิดตารางของทาโร ยามาเน่ ที่ความเชื่อมั่นที่ 95 % ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 353 ราย (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551:187) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ตามประเภทบัญชี 3 ประเภท คือ บัญชีออมทรัพย์ บัญชีฝากประจำ และบัญชีกระแสรายวัน โดยมีรายละเอียด

ประเภทบัญชี	จำนวนบัญชี (ราย)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ออมทรัพย์	2,210	271
ประจำ	260	26
กระแสรายวัน	400	56
รวม	2,870	353

ที่มา : ฐานข้อมูลธนาคารกสิกรไทยสาขา อ้อมน้อย ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากลูกค้าจำนวน 353 คน
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากเอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประเภทบัญชีเงินฝาก เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ให้บริการ และ ด้าน สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ความสำคัญ ของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ให้บริการ และ ด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยในการวัด ระดับความพึงพอใจ และระดับความสำคัญ ต่อบริการด้านเงินฝากของ ธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย นั้นใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจและความสำคัญ เป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจ/สำคัญมากที่สุด พึงพอใจ/สำคัญมาก พึงพอใจ/สำคัญปานกลาง พึงพอใจ/สำคัญน้อย พึงพอใจ/สำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความพึงพอใจ / ความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผล ระดับความพึงพอใจ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ/ความสำคัญ
4.50 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร

2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงาน
จะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม – กันยายน 2555 ระยะเวลาในการ
เก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมีนาคม – เมษายน 2555



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved