

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้เนื้อหาที่จะศึกษา ได้แก่ ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อ และปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ โดยใช้กรอบของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตของประชากร

ศึกษาจากลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ ในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง ที่เป็นนิติบุคคลมีอายุตั้งแต่ 50 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป และมีวงเงินสินเชื่อ ณ 30 กันยายน 2547 รวม 115 ราย (ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), 2547)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากห้องสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยหนังสือ เอกสาร วารสาร ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ โดยการค้นคว้าจากตำรา บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษานี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตราวัดของ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (กุนทลี เวชสาร, 2546: 122-124) โดยคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบให้เลือกรับ 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับกำหนดเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคาดหวัง/ความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นอกจากนี้ได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	มีความคาดหวัง/ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความคาดหวัง/ความพึงพอใจในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีความคาดหวัง/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความคาดหวัง/ความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีความคาดหวัง/ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - กรกฎาคม 2548

และระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน เมษายน - พฤษภาคม 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved