

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาไว้ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารุ่นนี้เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พร้อมทั้งศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมดจำนวน 13,983 รายในปี พ.ศ. 2550 (ศูนย์ข้อมูลธนาคารออมสินภาค 7 เชียงใหม่: แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์, 2550)

##### การเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 313 ราย ด้วยวิธีการเปิดตาราง Herbert Askın and Raymond R. Colton. (อ้างถึงในราศรี ไวนิชกุล, 2538: 103) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และระดับความคลาดเคลื่อน 5% โดยจัดสรรการเก็บตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ซึ่งแบ่งออกเป็น 10 สาขา จำนวนตัวอย่างที่เก็บจะเป็นสัดส่วนกับจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละสาขา และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกจากผู้ใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างที่แยกเก็บตามสาขาของ ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2

สาขานาการออมสิน เขตเชียงใหม่ 2	จำนวน ลูกค้าที่ใช้บริการ	สัดส่วน ผู้ใช้บริการ(%)	จำนวนที่เก็บตัวอย่าง
สารภี	1,051	7.52	24
ฝาง	1,168	8.35	26
สันทราย	1,334	9.54	30
แม่ริม	2,593	18.54	58
แม่แตง	1,454	10.40	32
หางดง	994	7.11	22
เชียงดาว	1,108	7.92	25
ไชยปราการ	716	5.12	16
พร้าว	2,087	14.93	47
แม่ใจ	1,478	10.57	33
รวม	13,983	100	313

ที่มา :- ศูนย์ข้อมูลธนาคารออมสินภาค 7 เชียงใหม่: แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์, 2550

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 313 ตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการบัตรเครดิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้านี้ โดยการเก็บข้อมูลจำนวน 313 ชุด จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

ในการศึกษาค้นคว้านี้จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ธนาคารออมสินเขต เชียงใหม่ 2

2. การศึกษาข้อมูลทัศนคติ การประมวลผลข้อมูล และการจัดทำและนำเสนอรายงาน  
จะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่ง  
เนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ  
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือ จำนวนครั้งในการใช้บัตรต่อเดือน ประเภท  
การใช้บริการบัตร เหตุผลในการใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

ส่วนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขต  
เชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตรเครดิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ข้อมูล  
ความคาดหวังและการรับรู้จริง ด้านต่างๆ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความคงทน  
ความน่าเชื่อถือ รูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบ ธรรมดาประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value)  
 เป็นต้น

ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ว่ามีความเหมาะสมกับระดับการ  
ให้บริการหรือไม่

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ให้บริการที่เข้าถึงผู้บริโภค ทำเลที่ตั้ง สามารถ  
ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ และมีสิ่ง  
อำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การสื่อสารข้อมูลระหว่างธนาคารและลูกค้า การ  
แจ้งข้อมูลข่าวสาร การจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเลือก การโฆษณา การขายโดยพนักงาน  
การส่งเสริมการขาย และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์

ด้านบุคคล ได้แก่ ความรู้ความสามารถของพนักงานที่สามารถตอบสนองความ  
ต้องการของลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับลูกค้า มีความคิดริเริ่ม และ  
สามารถแก้ไขปัญหาที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ กระบวนการให้บริการหลากหลายรูปแบบด้วย  
ความรวดเร็ว และประทับใจลูกค้า มีความถูกต้องแม่นยำ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น  
อย่างรวดเร็ว

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ การนำเสนอรูปแบบการให้บริการผ่านอุปกรณ์ที่มองเห็น เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านลักษณะทางกายภาพที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าให้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน

ส่วนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่ใช้บัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์

#### การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณทธิ เวชสาร, 2546) โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

เกณฑ์ในการแปลความหมายความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ครั้งนี้ ได้กำหนดไว้โดยใช้มาตรวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์แบบมาตราอันตรภาค หรือ ช่วง (Interval Scale) โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็นช่วงเท่าๆกันตั้งแต่ 1- 5 คะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ,2545) ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	ระดับความพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับความพอใจมาก
2.50 - 3.49	ระดับความพอใจปานกลาง

1.50 - 2.49

ระดับความพองน้อย

1.00- 1.80

ระดับความพองน้อยที่สุด

**ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา**

2552

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2551 ถึงเดือนสิงหาคม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved