

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ ได้แก่ ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลระยะเวลาในการดำเนินการ และสถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นไปตามความคาดหวัง หรือเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ และผู้ใช้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นหรือธนาคารพาณิชย์อื่น

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของ บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ หมายถึง ผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ และผู้ใช้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นหรือธนาคารพาณิชย์อื่น ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าหรือจำนวนประชากรที่จะนำมาคิดคำนวณที่แท้จริงได้ จึงใช้วิธีของ W.G. Cochran เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดประชากร โดยมีวิธีการคำนวณตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{p(1-P)z^2}{d^2}$$

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

(โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 30% หรือ 0.30)

z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

- ระดับความเชื่อมั่น 90% หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 , $z = 1.654$
- ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 , $z = 1.96$
- ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 , $z = 2.575$

d คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

- ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10
- ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05
- ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

$$n = \frac{0.30(1-0.30)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 323$$

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้ให้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ทรูเนตกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีการสร้างแบบสอบถาม จำนวน 323 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัย

และการศึกษาค้นคว้าตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ เอกสาร บทความ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะของคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และเหตุผลในการเลือกใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะการใช้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีกรอบแนวความคิดตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix (7P's))

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1) ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีการบรรยายลักษณะทั่วไป โดยจะนำเสนอในรูปแบบตาราง แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ในประเด็นการศึกษาดังนี้

(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่

2) การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยให้กลุ่มลูกค้าตัวอย่างดังกล่าวให้น้ำหนักความสำคัญในรูปของวิธีการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) โดยแบ่งมาตรฐานของระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ

ค่าคะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของระดับคะแนน โดยใช้คะแนนที่ได้ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ โดยมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ช่วงคะแนน	1.00 – 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด
ช่วงคะแนน	1.50 – 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ช่วงคะแนน	2.50 – 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
ช่วงคะแนน	3.50 – 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
ช่วงคะแนน	4.50 – 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาการศึกษา xx เดือน ตั้งแต่เดือนxx – เดือนxx พ.ศ. 2552

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล xx เดือน ตั้งแต่xx – เดือนxx พ.ศ. 2552

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

บริษัท ชนาครกรู้งไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ และคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved