

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเคหะของ ธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

ขอบเขตประชากร

ขอบเขตของประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2552 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 174 ราย (ธนาคารออมสิน. 2553 ค)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ จะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จากประชากรที่เป็นลูกค้าสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2552 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 174 ราย โดยคำนวณตัวอย่างเพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ซึ่งใช้สูตรของ ยามาเน (Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีสูตรคำนวณ ดังนี้

	n	$= \frac{N}{1+N(e)^2}$	
กำหนดให้	n	=	ขนาดของตัวอย่าง
	N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
	e	=	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับ

จากจำนวนตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณคือ

$$N = \frac{174}{1+174(.05)^2}$$

$$= 121.25$$

คิดเป็น 122 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 122 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร รายงานธนาคารออมสิน และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลใน

ส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

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

การแปลความหมายของระดับคะแนน ใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้ของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ดังนี้

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

และแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อกะของธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดย จัดส่งแบบสอบถามให้ลูกค้าสินเชื่อกะทางไปรษณีย์ และสอบถามที่ธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาดำเนินการทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2553 – กันยายน 2553 ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนกรกฎาคม 2553