

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย โดยครอบคลุมถึง ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาถึงระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย ซึ่งส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ในการใช้บริการด้านเงินฝากซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องการเงินประจำวันทั่วไป

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย ใช้บริการเงินฝากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ เงินฝากประเภทกระแสรายวัน เงินฝากประเภทออมทรัพย์ และเงินฝากประเภทฝากประจำ โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ย 30,000 คนต่อปี (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย, 2554: แฟ้มข้อมูล)

ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าบุคคลธรรมดาเจ้าของบัญชีที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย มีจำนวนผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ย 30,000 คนต่อปี ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กฤษทลี รื่นรัมย์, 2540: 169) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) กับผู้ใช้บริการโดยแบ่งเก็บจากลูกค้าเงินฝาก 3 ประเภท ในสัดส่วนเท่าๆ กัน กลุ่มละ 100 ราย ซึ่งทำการเก็บข้อมูลในช่วงวันเปิดทำการของธนาคาร จันทร์-ศุกร์ ระหว่างเวลา 8.30 น. ถึง 15.30 น.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้มีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา ได้แก่ เก็บข้อมูลจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามผู้ให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีคอนไซ จำนวน 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ประเภทบัญชีเงินฝาก เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ระดับการให้ความสำคัญของผู้ให้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีคอนไซประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีคอนไซ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีคอนไซ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีคอนไซ

มีการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากการทดสอบไม่พบปัญหาใดๆ ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจและสามารถตอบคำถามจากแบบสอบถามได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การให้คะแนนแบบสอบถาม

คำถามในแบบสอบถามมีลักษณะของคำตอบที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการวัดระดับความพึงพอใจ/ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้ (คุณทธิรัตน์รัมย์, 2549: 122)

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

การแปลผล

ระดับคะแนนที่ได้จากการให้คะแนนแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายตามระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1.00 – 1.49	หมายถึง พึงพอใจ/ความสำคัญระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	หมายถึง พึงพอใจ/ความสำคัญระดับน้อย
2.50 – 3.49	หมายถึง พึงพอใจ/ความสำคัญระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	หมายถึง พึงพอใจ/ความสำคัญระดับมาก
4.50 – 5.00	หมายถึง พึงพอใจ/ความสำคัญระดับมากที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญ (Importance -Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใด โดยจุดตัดของแกนทั้งสอง คือ ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ซึ่งสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้มารับบริการและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	4.21-5.00	1.00-3.81
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญมาก	4.21-5.00	3.81-5.00
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญ ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน	1.00-4.21	1.00-3.81
D	คือผู้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ	1.00-4.21	3.81-5.00

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

1. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย ตั้งอยู่ที่ 16 ตำบลห้วยยา อำเภอมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

2. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 10 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2555