

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาที่จะศึกษาได้แก่ความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าธุรกิจต่อการใช้บริการ
สินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิด
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริม
การตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มลูกค้าธุรกิจรายปลีกของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันยังคงใช้บริการสินเชื่ออยู่ มีจำนวนทั้งหมด 2,012
กลุ่ม (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย, ธันวาคม 2550)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาคั้งนี้ใช้วิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ของ Taro
Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549: 85) ได้ขนาดตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 335 ตัวอย่าง วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยออกแบบสอบถาม
ผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมจากเอกสารวิชาการ และวารสารภายใน
ของธนาคาร รวมถึงเอกสารทั่วไป ได้แก่ บทความ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ และวารสาร
ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ เงินลงทุนในธุรกิจ ยอดขายต่อปีของธุรกิจ การเคยใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การทราบแหล่งข้อมูลบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประเภทสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบัน วงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอื่นนอกจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ /บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างความเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าธุรกิจต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

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

ค่าเฉลี่ย คำนวณ การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วน 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2551
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนเมษายน พ.ศ. 2551