บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ณ 30 กันยายน 2550 รวมทั้งสิ้น 23,137 ราย (ธนาคารออมสิน, 2550ข)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถาม โดยสุ่มเก็บแบบสอบถามตามสะดวก (Convenience Sampling) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางของ Herbert Askin and Raymond R.Colton, 1963 (อ้างใน นราศรี ไววนิชกุล และคณะ, 2549) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 5% จึงกำหนดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 321 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 321 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากเอกสาร บัญชีรายชื่อลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ บทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็ปไซต์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ เหตุผลในการมาใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทราบบริการของธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว และการใช้บริการธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นนอกจากธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ
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
0	ไม่พอใจ

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และและธนาคารออมสินสาขาเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนมิถุนายน – กันยายน พ.ศ. 2551 ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือนสิงหาคม 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved