

บทที่ 3

ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบริการเช่าซื้อสินค้าของเคทีบี ลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีระเบียบวิธีศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทัศนคติของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบริการเช่าซื้อสินค้าของเคทีบี ลิสซิ่ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาตามกรอบส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

ขอบเขตประชากรและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 19 สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ซึ่งมีจำนวน 216,797 ราย (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 2551: 5) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 380 ราย ด้วยวิธีการเปิด Herbert Askin and Raymond R. Colton. (นราศรี ใวนิชกุล, 2549: 132) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และระดับความคลาดเคลื่อน 5 % . การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการตามสาขาของธนาคารกรุงไทยที่ให้บริการทั้ง 19 สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการจำนวน 190 ราย และกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการจำนวน 190 ราย โดยจะแบ่งเก็บข้อมูลจากทั้ง 19 สาขาของธนาคารในจำนวนเท่า ๆ กันทุกสาขา สาขาละ 20 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 19 สาขา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การเคยใช้บริการธนาคารกรุงไทย การทราบถึงการให้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง และการเคยใช้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่อการให้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ (สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการ) ประกอบด้วย

- ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ ได้แก่ ความรู้เข้าใจด้านประเภทสินค้า แหล่งข้อมูลที่ทราบ ระดับการทราบเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ในการให้บริการ และระดับความรู้ความเข้าใจหรือทราบรายละเอียดต่าง ๆ ของบริการ รวมถึงการทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด บริการต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

- ข้อมูลความคิดเห็นต่อการให้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และความรู้สึกโดยรวม

- ข้อมูลพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ใช้ ปัญหาที่เกิดขึ้น การใช้บริการลิสซิ่งของสถาบันการเงินอื่น การใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ในอนาคตและสาเหตุที่จะใช้ และการแนะนำให้คนรู้จัก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่อการให้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง (สำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ โดยผู้ศึกษาจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของ เคทีบี ลิสซิ่ง ก่อนจะทำการสอบถาม) ประกอบด้วย

- ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ ได้แก่ การทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

- ข้อมูลความคิดเห็นต่อการให้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และความรู้สึกโดยรวม

- ข้อมูลพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง ได้แก่ การใช้บริการลิสซิ่งของสถาบันการเงินอื่น สาเหตุที่ไม่เคยใช้บริการ การใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่ง ในอนาคตและสาเหตุที่จะใช้ และการแนะนำให้คนรู้จัก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และแบบสอบถามด้านทัศนคติ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541: 78) ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

เห็นด้วย/ชอบมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย/ชอบมาก	ให้	4	คะแนน
เห็นด้วย/ชอบปานกลาง	ให้	3	คะแนน
เห็นด้วย/ชอบน้อย	ให้	2	คะแนน
เห็นด้วย/ชอบน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย

4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วย/ชอบมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	เห็นด้วย/ชอบมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	เห็นด้วย/ชอบปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	เห็นด้วย/ชอบน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	เห็นด้วย/ชอบน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 19 สาขา และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2551- กันยายน 2552



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved