

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ
สินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย
จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเบิกเงินเกิน
บัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ มี
ขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อสินเชื่อ
เบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัด
เชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพของการบริการ
2. ศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากรที่ศึกษา

กลุ่มประชากร คือ กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าส่งค้าปลีก รับเหมาก่อสร้าง บริการ การผลิตและ
การเกษตรที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 850 ราย (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนัก
ธุรกิจสันป่าข่อยสายสินเชื่อเพื่อธุรกิจต่างจังหวัด, 2546) ทั้งนี้จากตารางกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับ
ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 244 ราย (นราศรี ไววนิชกุลและ คณะ,
2543) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 245 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ มีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่งคือ ข้อมูลปฐมภูมิ
และข้อมูลทุติยภูมิ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามไปยังกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 245 ราย โดยทำการเก็บข้อมูลที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาต่างๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สาขาภาคสวนแก้ว สาขาข่อยช่วงสิงห์ สาขาถนนช้างคลาน สาขาถนนเมืองสมุทร สาขาถนนสุเทพ สาขาท่าแพ-เชียงใหม่ สาขาประตูช้างเผือก สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาศรีนครพิงค์ สาขาสันป่าข่อย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ วุฒิ การศึกษาสูงสุด ตำแหน่งในองค์กร รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกัน และวงเงินสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่ขออนุมัติจากธนาคาร
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ ลักษณะของคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert (คุณทธิ เวชสาร, 2545) ดังนี้

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

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และแปลความหมายของระดับคะแนน (อุเทน ปิณโญ, 2539) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

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

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเงินเกินบัญชีของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจสัมพันธ์ เชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม 2547 โดยทำการเก็บข้อมูลเดือนกันยายน 2547

All rights reserved