

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บัตรบีเฟสธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บัตรบีเฟสธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรบีเฟสธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 383 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการบัตรบีเฟสธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรปีเฟิสต์ธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 383 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการบัตรปีเฟิสต์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บริการบัตรปีเฟิสต์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ และข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ธนาคารปรับปรุงแก้ไข

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการบัตรปีเฟิสต์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บัตรปีเฟิสต์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

คะแนน	ระดับความสำคัญ
-------	----------------

5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่มีผล

ค่าเฉลี่ย ดังนี้

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
-----------	----------------

4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	น้อย
1.50 - 2.49	น้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ไม่มีผล

ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าที่พบในใช้บริการบัตรบีเฟสธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คะแนน	ระดับปัญหา
-------	------------

5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่มีปัญหา

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา และรวบรวมข้อมูล คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – กันยายน 2551
ระยะเวลาเก็บข้อมูล เดือนกรกฎาคม - กลางเดือนสิงหาคม 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved