

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน จังหวัดชุมพร ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ด้านกระบวนการ (Process) รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน จังหวัดชุมพร

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ใช้และเคยใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน จังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้และเคยใช้ทั้งหมดรวม 850 ราย ที่มาข้อมูลนี้(ที่มา บมจ.ธนาคารกสิกรไทย,2550)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประชากรมีจำนวน 850 รายที่เป็นลูกค้ำสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2548 : 194) ที่ความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน 5 %

$$n = N / [1 + N(e)^2]$$

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (5 %)

N = ขนาดของประชากร (850 ราย)

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = 850 / [1 + 850 (0.05 \times 0.05)^2]$$

$$n = 272 \text{ ราย}$$

คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 272 ราย จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 280 ราย โดยใช้วิธีคัดเลือกตัวอย่างศึกษาแบบโควตา (Quota Sampling) จากประชากรของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชุมพร แบ่งตามสัดส่วนตามจำนวนประชากรในแต่ละสาขาและทำการเก็บแบบตามสะดวก ดังนี้

จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย ใน จังหวัดชุมพร			
สาขา	สถานที่ตั้ง	จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	ขนาดตัวอย่าง
1.ชุมพร	อำเภอเมือง	400	140
2.ปากน้ำชุมพร	อำเภอเมือง	120	40
3.ท่าแซะ	อำเภอท่าแซะ	140	40
4.หลังสวนชุมพร	อำเภอหลังสวนชุมพร	190	60
รวม		850	280

ที่มา: บมจ. ธนาคารกสิกรไทย, 2550

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 280 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 280 ชุด จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถามจะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับเป็น 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธี Rating Scales (กฤษทลี เวชสาร, 2545: 111) โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน และการแปลผลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ สามารถแปลความหมายตามเกณฑ์ได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือน สิงหาคม

2551 โดยมีระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน มีนาคม 2551