

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง จำนวน 879 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2551)

ในการศึกษานี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 267 ราย จากประชากรทั้งหมดประมาณ 879 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2551) ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง โดยใช้ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (อ้างถึงในยุทธ ไทยวรรณ, 2548 : 60-61) เลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา 267 ราย เป็น 3 กลุ่ม ตามสัดส่วนประเภทบัญชีเงินฝาก ดังนี้

ประเภทบัญชีเงินฝาก	จำนวนลูกค้า (ราย)			ขนาดตัวอย่าง (ราย)					
	มุสลิม (ร้อยละ)	ไม่ใช่มุสลิม (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	มุสลิม	ร้อยละ	ไม่ใช่มุสลิม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ออมทรัพย์	146 (16.61)	571 (64.96)	717 (81.57)	44	16.48	174	65.17	218	81.65
ฝากประจำ	30 (3.41)	103 (11.72)	133 (15.13)	9	3.37	31	11.61	40	14.98
กระแสรายวัน	1 (0.11)	28 (3.19)	29 (3.30)	-	-	9	3.37	9	3.37
รวม	177 (20.14)	702 (79.86)	879 (100.00)	53	19.85	214	80.15	267	100.00

(ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2551 ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง)

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง โดยศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคาร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านคน ด้านกระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรเป้าหมาย โดยสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง จำนวน 267 ราย โดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานการวิจัย บทความต่างๆ รวมถึงการสืบค้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการวัดระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้านักวิชาการอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปางนั้น ใช้มาตราส่วนเป็นแบบลิเกอร์ต (Likert Scale) (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2545) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีผลมากที่สุด	5	คะแนน
มีผลมาก	4	คะแนน
มีผลปานกลาง	3	คะแนน
มีผลน้อย	2	คะแนน
มีผลน้อยที่สุด	1	คะแนน

จึงได้เกณฑ์การจัดระดับและแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	มีผลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	มีผลมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	มีผลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	มีผลน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	มีผลน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ ดำเนินการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2551

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2551