

**บทที่ 3**  
**ระเบียบวิธีการศึกษา**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยทำการศึกษาดังปัจจัยทางการตลาด คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Place) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (Personal) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

**ขอบเขตประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ที่เคยใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย แบ่งเป็นกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่จำนวน 100 ราย ขนาดกลางจำนวน 50 ราย และขนาดเล็กจำนวน 50 ราย (โชคชัย สุวรรณภรณ์, 2547) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ธนาคารขนาดใหญ่ (สินทรัพย์ตั้งแต่ 3 แสนล้านบาทขึ้นไป) จำนวน 100 ราย	ธนาคารขนาดกลาง (สินทรัพย์ 1 – 3 แสนล้านบาท) จำนวน 50 ราย	ธนาคารขนาดเล็ก (สินทรัพย์น้อยกว่า 1 แสนบาท) จำนวน 50 ราย
ธนาคารกรุงเทพ	ธนาคารไทยพาณิชย์	ธนาคารธนชาติ
ธนาคารกรุงไทย	ธนาคารเอเซีย	ธนาคารแอสตันดาร์คชาร์เตอร์ นครธน
ธนาคารกสิกรไทย	ธนาคารไทยท努	ธนาคารยูโอบีรัตนสิน
ธนาคารไทยพาณิชย์		
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา		
ธนาคารนครหลวงไทย		
ธนาคารทหารไทย		

### ขอบเขตการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยและปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

### วิธีการศึกษา

#### แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data) ใช้แบบสอบถามเพื่อถามผู้ใช้บริการสินเชื่อกธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่จำนวน 100 ราย กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางจำนวน 50 ราย และกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กจำนวน 50 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 200 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามธนาคารพาณิชย์ที่จัดอยู่ในแต่ละกลุ่ม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมเพื่อให้ทราบแนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิธีทางสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) จำนวนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย(Mean) ใช้มาตรวัดของลิเคิท (Likert Scale) ผู้ศึกษาได้แบ่งการประเมินค่าเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีความสำคัญ/ไม่มีปัญหา และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

<u>ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหา</u>	<u>คะแนน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีความสำคัญ/ไม่มีปัญหา	1

นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ต่อไปนี้

<u>ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหา</u>	<u>ค่าเฉลี่ย</u>
มากที่สุด	4.50-5.00
มาก	3.50-4.49
น้อย	2.50-3.49
น้อยที่สุด	1.50-2.49
ไม่มีความสำคัญ/ไม่มีปัญหา	1.00-1.49

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงเดือน กันยายน 2547