

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา และวิธีการศึกษา ขอบเขตเนื้อหา การกำหนดขนาดตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้จะทำการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีจำนวนทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ นครปฐม พระประโทน (นครปฐม) และถนนทรงพล (นครปฐม) มีจำนวนทั้งสิ้น 12,739 คน (วัชรตมาลัย, 2547: สัมภาษณ์) และใช้เกณฑ์ประชากรที่ศึกษาโดยการใช้กลุ่มตัวอย่างตามสูตรสุ่มตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 (ชัยสิทธิ์ เกลิมมีประเสริฐ, 2544 : 31 อ้างจาก Yamane, 1973: 725)

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรต้องมีจำนวนมากกว่า 387.822 ตัวอย่าง จึงใช้แบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง การเก็บข้อมูลจะกระจายไปยัง 3 สาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดนครปฐม โดยจะทำการแจกแบบสอบถามกระจายไปยังสาขาต่าง ๆ 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการแบบแยกชั้น (Stratified Random Sampling) จำแนกตามสาขาเฉพาะผู้ที่เป็นลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ของสาขา 3 สาขาในจังหวัดนครปฐม

สาขาที่เลือกแจกแบบสอบถามเลือกตามการแบ่งเขตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ สาขานครปฐม สาขาพระประโทน (นครปฐม) และสาขาถนนทรงพล (นครปฐม) ซึ่งมีพื้นที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครปฐม

All rights reserved

ลำดับ	สาขา	จำนวนผู้ตอบบัตร	จำนวนตัวอย่าง
1	นครปฐม	6,250	196
2	พระประโทน(นครปฐม)	3,725	116
3	ถนนทรงพล(นครปฐม)	2,764	88
	รวม	12,739	400

เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยคือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เกณฑ์การวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยการวัดระดับความสำคัญจะใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 3 สเกล ได้แก่ ไม่มีผล มีผลน้อย และมีผลมาก

คะแนนความสำคัญของปัจจัย

ไม่มีผล เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1

มีผลน้อย เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2

มีผลมาก เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกณฑ์การวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

โดยการวัดระดับความสำคัญจะใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 3 สเกล ได้แก่ ไม่มีผล มีผลน้อย และมีผลมาก

คะแนนความสำคัญของปัญหา

ไม่มีปัญหา เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1

มีปัญหาน้อย เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2

มีปัญหามาก เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ส่งกระจายไปยังลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้เวลา 2 สัปดาห์ ในระหว่างวันที่ 15-30 มิถุนายน 2547

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49 หมายถึง	ไม่มีผล/ไม่มีปัญหา
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49 หมายถึง	มีผลน้อย/มีปัญหาน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.00 หมายถึง	มีผลมาก/มีปัญหามาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved