

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยทำการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (Personal) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

3.1 ขอบเขตการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยและปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และกำหนดขอบเขตสำหรับการศึกษาดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยศึกษาตามกรอบทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non-bank) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีทั้งหมด 5 บริษัท

3.2 กำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ในแต่ละกลุ่มจะทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสอบถามเฉพาะผู้ที่

เคยใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ดังนี้

บริษัท	จำนวนตัวอย่างที่เจาะจง
1. บริษัท จีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด	40
2. บมจ.อิชออนธนสินทรัพย์ (ประเทศไทย)	40
3. บริษัท แคปปิตอล โอ เค จำกัด	40
4. บริษัท อีชีบาย จำกัด (มหาชน)	40
5. บริษัท เจนเนอร์ล คาร์ดี เซอร์วิส จำกัด	40

3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ลักษณะ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เคยใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ 5 บริษัท จำนวน 200 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามเชิงสำรวจ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิธีทางสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) จำนวนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวิเคราะห์คำถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และ ไม่มีความสำคัญ แล้วทำการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และแปลความหมายโดยมีการกำหนดเกณฑ์ระดับความสำคัญ ดังนี้ (คุณทลี เวชสาร, 2545 : 111-123)

ระดับความสำคัญ	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)
มีความสำคัญมากที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 5	4.50 – 5.00
มีความสำคัญมาก	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 4	3.50 - 4.49
มีความสำคัญน้อย	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 3	2.50 - 3.49
มีความสำคัญน้อยที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 2	1.50 - 2.49
ไม่มีความสำคัญ	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 1	1.00 - 1.49

การวิเคราะห์ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ปัญหาระดับมากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และ ไม่มีปัญหา แล้วทำการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และแปลความหมายโดยมีการกำหนดเกณฑ์ระดับปัญหา ดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)
ระดับปัญหามากที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 5	4.50 - 5.00
ระดับปัญหามาก	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 4	3.50 - 4.49
ระดับปัญหาน้อย	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 3	2.50 - 3.49
ระดับปัญหาน้อยที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 2	1.50 - 2.49
ระดับ ไม่มีปัญหา	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 1	1.00 - 1.49

3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2549 – พฤษภาคม 2550