

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพของการบริการ
2. ศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากรที่ศึกษา

กลุ่มประชากรคือลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาภาคสวนแก้ว สาขาอโยธยวงสิงห์ สาขาถนนช้างคลาน สาขาถนนเมืองสมุทร สาขาถนนสุเทพ สาขาท่าแพ-เชียงใหม่ สาขาประตูช้างเผือก สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาศรีนครพิงค์ และสาขาสันป่าข่อย ณ วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2546 รวมจำนวน 174 ราย (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2546)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ มีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่งคือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามไปยังกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 174 ราย โดยทำการเก็บข้อมูลที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 10 สาขา ได้แก่

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาภาคสวนแก้ว	จำนวน	11	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยช่วงสิงห์	จำนวน	3	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนช้างคลาน	จำนวน	15	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนเมืองสมุทร	จำนวน	1	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนสุเทพ	จำนวน	12	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ-เชียงใหม่	จำนวน	31	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูช้างเผือก	จำนวน	58	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่	จำนวน	12	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์	จำนวน	11	ราย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าข่อย	จำนวน	20	ราย
รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น		174	ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ วุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งในองค์กร รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจและทุนจดทะเบียน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ ลักษณะของคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของ Likert 5 ระดับ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) ดังนี้

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

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และแปลความหมายของระดับคะแนน (อุเทน ปัญโญ, 2539) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
5.00 - 4.50	มากที่สุด
4.49 - 3.50	มาก
3.49 - 2.50	ปานกลาง
2.49 - 1.50	น้อย
1.49 - 1.00	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2547 โดยทำการเก็บข้อมูลเดือนเมษายน 2547

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาต่างๆ จำนวน 10 สาขา ได้แก่ สาขาภาคสวนแก้ว สาขาย่อยช่วงสิงห์ สาขาถนนช้างคลาน สาขานนเมืองสมุทร สาขานนสู่เทพ สาขาท่าแพ-เชียงใหม่ สาขาประตูช้างเผือก สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาศรีนครพิงค์ สาขาสันป่าข่อย และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved