

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธี การศึกษา ดังนี้

ขอบเขตประชากร จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 5 ธนาคารเฉพาะสาขาสมุทรสาครในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 5 สาขา ธนาคารละ 50 ราย รวม 250 ราย จากนั้นจึงเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้ที่เข้าไปใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ทั้ง 5 ธนาคาร ได้แก่

ลำดับ	ชื่อธนาคาร/สาขา	จำนวนราย
1.	บมจ.ธนาคารกรุงเทพ สาขาสมุทรสาคร	50
2.	บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาคร	50
3.	บมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาสมุทรสาคร	50
4.	บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสมุทรสาคร	50
5.	บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาสมุทรสาคร	50

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้างนี้ ประกอบด้วยการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

โดยออกแบบสอบถามจำนวน 250 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าและรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย ส่วนประชากรตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประชากรตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในเขตเทศบาลเมืองสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประชากรตลาดนั้น ใช้มาตรา Likert Scale (กฤษณี เวชสาร, 2545) ซึ่งมีลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลางน้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	จัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	จัดอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	จัดอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	จัดอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	จัดอยู่ในระดับมากที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง กันยายน 2547



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved