

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินค้านครหลวง 4 เป็นการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีระเบียบวิธีการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การรายงานผลการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินค้านครหลวง 4 ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อเพื่อการค้าของสาขา ในภาคสินค้านครหลวง 4 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ประกอบไปด้วยสาขาทั้งหมด 30 สาขา ได้แก่ บางแค, กระจุกมูมแบน, สามพราน, สะพานพระปิ่นเกล้า, บางบอน, หนองแขม, นครชัยศรี, ย่อยถนนเพชรเกษม 33, ย่อยถนนเพชรเกษม 55, ถนนจอมทอง, ย่อยอ้อมน้อย, ย่อยถนนบางขุนเทียน, ย่อยถนนบรมราชชนนี, ย่อยเดอะมอลล์บางแค, ย่อยเซ็นทรัลปิ่นเกล้า, วงเวียนใหญ่, พระประแดง, ดาวคะนอง, คลองสาน, ท่าดินแดง, สำเหร่, สะพานพระเจ้าตากสิน, ราษฎร์บูรณะ, บางมด, ถนนราษฎร์บูรณะ (บางปะกอก), ย่อยถนนเจริญนคร ซอย 4, ย่อยถนนประชาอุทิศ, ย่อยถนนพระรามที่ 2 (เคหะฯธนบุรี) ย่อยถนนเจริญนคร ซอย 35, ย่อยถนนสุขสวัสดิ์ ซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อเพื่อการค้าขนาดเล็ก ที่มีวงเงินไม่เกิน 20.0 ล้านบาท

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า จำนวน 300 ราย โดยการเก็บตัวอย่างจากลูกค้าสาขาในภาคสินเชื่อ นครหลวง 4 ทั้งหมด 30 สาขา และได้สุ่มตัวอย่างเพื่อเลือกเก็บตัวอย่างสาขาละ 10 ราย แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าสาขาในภาคสินเชื่อ นครหลวง 4 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 30 สาขา สาขาละ 10 ราย รวมทั้งหมด 300 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าในภาคสินเชื่อ นครหลวง 4 ฝ่ายสินเชื่อสาขากลาง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะการให้บริการสินเชื่อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในส่วนประสมการตลาดใช้ Rating Scales (กุนทลี เวชสาร, 2545 : 111) โดยแบ่งการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน และการแปรผลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน	การแปรผล
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49
น้อย	2	1.50 – 2.49
ปานกลาง	3	2.50 – 3.49
มาก	4	3.50 – 4.49
มากที่สุด	5	4.50 – 5.00

ระดับของปัญหาปัจจัย	คะแนน	การแปรผล
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49
น้อย	2	1.50 – 2.49
ปานกลาง	3	2.50 – 3.49
มาก	4	3.50 – 4.49
มากที่สุด	5	4.50 – 5.00

การรายงานผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ได้แก่

1. บทนำ
2. ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. ระเบียบวิธีการศึกษา
4. ผลการศึกษา
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้ระยะเวลา 5 เดือน ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2548 ถึง เมษายน