

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษา เรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้บัตรเครดิตอยู่ไม่ว่าจะเป็นบัตรเครดิตเคทีซี/บัตรเครดิตอื่น ใน 5 สาขา ได้แก่ สาขาช่วงสิงห์ สาขาท่าแพ สาขาเชียงใหม่ สาขานนทบุรีและสาขาซอยศูนย์การค้าเซ็นทรัลเอร์พอร์ตพลาซ่า

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 สาขาๆ ละ 40 ราย รวมเป็นจำนวน 200 ราย โดยแยกเป็นกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC จำนวน 119 ราย และกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC จำนวน 81 ราย

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบมีแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยที่แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษาสูงสุด

- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย**

- จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง
- บัตรเครดิตที่ลูกค้านำถือครอง (ที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารพาณิชย์)
- บัตรเครดิตที่ลูกค้านำถือครอง (ที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์)
- วงเงินที่ได้รับสูงสุด
- ความถี่ในการใช้บริการผ่านบัตรเครดิต
- มูลค่าที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อครั้ง
- ลักษณะการใช้บัตรเครดิต
- การชำระหนี้บัตรเครดิต

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตโดยแบ่งเป็นปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้**

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและบริษัท/ธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต, ขนาดและรูปแบบตัวบัตรที่โดดเด่นและพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก
- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ การคิดค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม และอัตราชำระดอกเบี้ยที่เป็นธรรมรอบเวลาการชำระคืน โดยปลอดดอกเบี้ย, เก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม, มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้งและค่าปรับกรณีชำระหนี้ล่าช้ากว่ากำหนดที่เหมาะสม
- ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ มีร้านค้าที่ให้บริการจำนวนมาก มีจำนวนตู้เอทีเอ็มเพียงพอต่อการเบิก-ถอนเงินสด และมีสถานที่หรือช่องทางการชำระเงินหลายแห่ง
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีส่วนลด, โปรโมชันของแถม, การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกใหม่รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
- ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานสามารถให้และมีความสุภาพเป็นกันเองกับลูกค้า, ความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต, พนักงานยิ้มแย้ม นุกูลดี บริการเป็นกันเอง และมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง
- ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย, และรสนิยมของผู้ใช้

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูล ซึ่งได้มีการค้นคว้าและเก็บรวบรวมเอาไว้แล้ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเอกสารทางวิชาการ วารสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยค้นคว้าจากห้องสมุด ตลอดจนทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

### 3.3 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1) การศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ของผู้มาใช้บริการกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

#### 1.1) ข้อมูลที่ใช้ศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปซึ่งสอบถามถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ จำนวนบัตรเครดิตที่ถืออยู่, บัตรเครดิตที่ถือครองอยู่, วงเงินที่ได้รับ, ความถี่ของการใช้บัตร, มูลค่าที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อครั้ง, ลักษณะการใช้บัตรเครดิตและการชำระหนี้บัตรเครดิต

#### 1.2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) โดยแสดงเป็นตารางและอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

**วัตถุประสงค์ที่ 2) การศึกษากลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

#### 2.1) ข้อมูลที่ใช้ศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ใช้เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

#### 2.2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 วิธี

วิธีที่ 1 โดยการจัดลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยอื่นๆ ใช้การกำหนดค่าคะแนน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกปัจจัยที่เห็นว่ามียกระดับอิทธิพลมาก ปานกลาง น้อยหรือไม่มีอิทธิพล ต่อการที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต โดยผู้ศึกษาได้แบ่งมาตรฐานของระดับอิทธิพลโดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับอิทธิพล	ค่าคะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มีอิทธิพล	0

ทำการวิเคราะห์คะแนนรวมของแต่ละปัจจัย ในการแปลความหมายของ ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ผู้ศึกษาใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ช่วงคะแนน	2.51 – 3.00	หมายถึง	มีอิทธิพลมาก
ช่วงคะแนน	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีอิทธิพลปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีอิทธิพลน้อย
ช่วงคะแนน	0	หมายถึง	ไม่มีอิทธิพล

วิธีที่ 2 ใช้การทดสอบไค – สแควร์ (Chi-square Test) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลตัวแปรต่างๆ มาจัดกลุ่มวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการบริการปัจจัยด้านอื่นๆกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต