

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

##### 3.1 ประชากร และตัวอย่าง

**ประชากร** ที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อกู้เงินไทยเคหะทรัพย์ทวี ของธนาคารกรุงไทย ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน ซึ่งมีจำนวน 2 สาขา คือ สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน และสาขาย่อยบึงชีลำพูน แต่ทำการศึกษาเฉพาะสาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน เนื่องจาก อีกสาขาเป็นสาขาย่อย ไม่สามารถปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้าได้ โดยผู้ให้บริการสินเชื่อกู้เงินไทยเคหะทรัพย์ทวีของธนาคารกรุงไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูนจำนวนทั้งหมด 165 คน

**ตัวอย่าง** เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Definite Population) การกำหนดจำนวนตัวอย่างจึงใช้สูตรคำนวณตามแนวคิดของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เมื่อกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนี้

$$\text{สูตรการคำนวณ} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $N$  = ขนาดของประชากรทั้งหมด

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{165}{1 + 165(0.05)^2} \\ &= \frac{165}{1 + 0.421875} = \frac{165}{1.421875} \\ &= 116.0 \approx 116 \end{aligned}$$

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากผู้ให้บริการสินเชื่อกู้เงินไทยเคหะทรัพย์ทวี ของธนาคารกรุงไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน

### 3.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยมีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบัญชีที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อ ปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อ ของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพพาณิชย์ ทีวี ของธนาคารกรุงเทพ สาขา นิคมอุตสาหกรรมลำพูน โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพพาณิชย์ ทีวี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพพาณิชย์ ทีวี ประกอบด้วย วงเงินกู้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ จำนวนเงินผ่อนชำระ วิธีการชำระคืน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ รูปแบบที่อยู่อาศัย

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพพาณิชย์ ทีวี ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขา นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ และธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีชื่อเสียง

- ปัจจัยทางด้านระดับราคา มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา คือ อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเหมาะสม และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเหมาะสม

- ปัจจัยทางด้านสถานที่ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในอาคาร และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยไว้ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด คือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณา มีพนักงานในการแนะนำบริการ ลดดอกเบี้ยให้กับลูกค้าในกรณีพิเศษต่าง ๆ

- ปัจจัยทางด้านบุคลากร มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกที่ดี สะอาด แต่งการเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน

- ปัจจัยทางด้านกระบวนการ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ในการบริการไม่ยุ่งยาก

**ส่วนที่ 4** ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกู้เงินของธนาคารกรุงไทย สาขา นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ดังนี้

1. วงเงินกู้ที่ได้รับ
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ
3. อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ
4. ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
6. การให้บริการของพนักงาน
7. ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ

**ข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data)** เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความและ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูล ธนาคารกรุงไทย สาขา นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ซึ่งเก็บจาก แฟ้มสินเชื่อรายตัวของลูกค้า

### 3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแปรผลการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความ เรียบร้อย แล้วนำมาจัดระเบียบข้อมูลโดยนำข้อมูลมาลงรหัส และจัดบันทึกตารางลงรหัส โดย นำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์สถิติเพื่อการวิจัยทาง สังคมศาสตร์ ซึ่งสถิติที่ใช้ประกอบด้วย

#### 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินเชื่อกู้เงินของธนาคารกรุงไทย

วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายลักษณะทั่วไปและ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่แบบทางเดียว (One way Classification) และตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Two way Classification)

#### 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อกู้เงินของธนาคารกรุงไทย

2.1) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการสินเชื่อกู้เงินของธนาคารกรุงไทย โดยใช้สถิติทดสอบ คือ ไค-สแควร์ (Chi-square Test)

2.2) วิเคราะห์โดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อกู้เงินของธนาคารกรุงไทย โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า ตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย และไม่มี ความสำคัญ โดยกำหนดคะแนนระดับความสำคัญเป็น 3, 2, 1 และ 0 ตามลำดับ ในการแปล

ความหมายของระดับความสำคัญของปัจจัย ใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) เป็นเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
2.51 – 3.00	มาก
1.51 – 2.50	ปานกลาง
0.51 – 1.50	น้อย
0.00 – 0.50	ไม่มีความสำคัญ

3) วิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการรถเข็นเชียงใหม่เคหะพัชรินทร์ วิเคราะห์โดยใช้วิธีเรียงลำดับระดับความพึงพอใจ โดยให้เลือกรายการระดับความพึงพอใจเพียง 3 ลำดับ จาก 1, 2, 3 และกำหนดคะแนนให้กับลำดับความพึงพอใจ ดังนี้

อันดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
1	3
2	2
3	1
4-7	0

ปัจจัยทางการตลาดใดที่มีคะแนนมากที่สุดเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด ข้อที่ได้คะแนนรองลงมา เป็นปัจจัยทางการตลาดที่มีความพึงพอใจถัดลงมา ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved