

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่รับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 6,780 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 500 ชุด ประกอบด้วยกลุ่มที่ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค และกลุ่มที่ยังไม่ได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจที่รับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค และกลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค จำนวน 500 ราย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การมีภาระหนี้สินอื่น ๆ ข้อมูลที่ได้จะแสดงถึง สถานภาพทางสังคม และสถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภคของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ซึ่งข้อมูลจะประกอบด้วย การรับทราบข้อมูลข่าวสาร ทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อ พฤติกรรมการใช้บริการแหล่งเช่าซื้ออื่น ความจำเป็นและความสนใจบริการเช่าซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และแก้ปัญหาในการให้บริการ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานเขตธนาคารกรุงไทยจังหวัดลำปาง สำนักงานหอสมุด ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และจาก Internet

3.2 วิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการแจกแบบสอบถามมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ดังนี้

1) การบรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อของ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate : MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Limdep V.8

จากการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ ผ่านธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยการวิเคราะห์ในที่นี้จะใช้แบบจำลอง Logit Model โดยนำปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ model ตามแบบจำลองต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{prob}(Y = 1) &= \frac{e^{\beta'x}}{1 + e^{\beta'x}} \\ &= \Lambda(\beta'x) \end{aligned}$$

ใช้โปรแกรม LIMDEP เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate และวิธี Marginal effects ซึ่งในทางปฏิบัติ Y ไม่สามารถสังเกตได้ (unobservable) สิ่งที่เราสังเกตมาได้ก็คือ ตัวแปรหุ่น (dummy variable) โดยกำหนดให้

Y หมายถึง ตัวแปรตาม (dependent variable)

ถ้า $Y = 1$ แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค

ถ้า $Y = 0$ แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค

ตัวแปรอิสระ (independent variables) ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ได้แก่

X_1 คือ เพศ

ถ้า $X_1 = 1$ คือ เพศชาย

$X_2 = 0$ คือ เพศหญิง

X_2 คือ อายุ

ถ้า $X_2 = 1$ แสดงว่า อายุระหว่าง 20-30 ปี

$X_2 = 0$ แสดงว่า อายุอยู่ในช่วงอื่น ๆ

X_3 คือ การศึกษา

ถ้า $X_3 = 1$ แสดงว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี

$X_3 = 0$ แสดงว่า การศึกษาอยู่ในระดับอื่น ๆ

X_4 คือ อัตราเงินเดือนมีหน่วยเป็นบาท

ถ้า $X_4 = 1$ แสดงว่า อัตราเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

$X_4 = 0$ แสดงว่า อัตราเงินเดือนอยู่ในช่วงอื่น ๆ

X_5 คือ จำนวนเงินเดือนคงเหลือในแต่ละเดือน

ถ้า $X_5 = 1$ แสดงว่า ไม่มีเงินคงเหลือ

$X_5 = 0$ แสดงว่า มีเงินคงเหลือ

X_6 คือ วิธีการรับทราบข้อมูลข่าวสารของลูกค้า

ถ้า $X_6 = 1$ แสดงว่า รับทราบจากสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

$X_6 = 0$ แสดงว่า รับทราบจากวิธีอื่น ๆ

X_7 คือ การเคยใช้บริการเช่าซื้อจากบริษัทอื่น ๆ มาก่อน

ถ้า $X_7 = 1$ แสดงว่า เคยใช้บริการเช่าซื้อ

$X_7 = 0$ แสดงว่า ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อ

X_8 คือ ปัจจุบันลูกค้าใช้บริการเช่าซื้ออยู่กับสถาบันอื่น ๆ

ถ้า $X_8 = 1$ แสดงว่า ไม่ใช่เลย

$X_8 = 0$ แสดงว่า ใช้บริการเช่าซื้ออยู่กับสถาบันอื่นอยู่

X_9 คือ ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็ว

ถ้า $X_9 = 1$ แสดงว่า ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็วส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_9 = 0$ แสดงว่า ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็วไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{10} คือ การมีสินค้าหลากหลาย

ถ้า $X_{10} = 1$ แสดงว่า การมีสินค้าหลากหลายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{10} = 0$ แสดงว่า การมีสินค้าหลากหลายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{11} คือ ราคาสินค้า

ถ้า $X_{11} = 1$ แสดงว่า ราคาสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{11} = 0$ แสดงว่า ราคาสินค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{12} คือ อัตราดอกเบี้ย

ถ้า $X_{12} = 1$ แสดงว่า อัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{12} = 0$ แสดงว่า อัตราดอกเบี้ยไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{13} คือ การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน

ถ้า $X_{13} = 1$ แสดงว่า การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องมีผู้ค้ำประกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{13} = 0$ แสดงว่า การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องมีผู้ค้ำประกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{14} คือ การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องใช้เงินคาวน

ถ้า $X_{14} = 1$ แสดงว่า การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องใช้เงินคาวนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{14} = 0$ แสดงว่า การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องใช้เงินคาวนไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{15} คือ การมีจุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึง

ถ้า $X_{15} = 1$ แสดงว่า การมีจุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{15} = 0$ แสดงว่า การมีจุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{16} คือ อายุสัญญาที่มีระยะยาว

ถ้า $X_{16} = 1$ แสดงว่า หากอายุสัญญาที่มีระยะยาวจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{16} = 0$ แสดงว่า หากอายุสัญญาที่มีระยะยาวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{17} คือ ความสะดวกในการชำระค่างวดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย ทุกสาขา

ถ้า $X_{17} = 1$ แสดงว่า ความสะดวกในการชำระค่างวดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย ทุกสาขาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{17} = 0$ แสดงว่า ความสะดวกในการชำระค่างวดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย ทุกสาขาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{18} คือ สามารถหักค่างวดผ่อนชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์

ถ้า $X_{18} = 1$ แสดงว่า หากสามารถหักค่างวดผ่อนชำระอัตโนมัติ ผ่านบัญชีออมทรัพย์ จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{18} = 0$ แสดงว่า หากสามารถหักค่างวดผ่อนชำระอัตโนมัติ ผ่านบัญชีออมทรัพย์ จะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{19} คือ พนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดี

ถ้า $X_{19} = 1$ แสดงว่า หากพนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{19} = 0$ แสดงว่า หากพนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{20} คือ มีการจัดมุมแนะนำสินค้าผ่านธนาคารกรุงไทยทุกสาขา

ถ้า $X_{20} = 1$ แสดงว่า หากมีการจัดมุมแนะนำสินค้าผ่านธนาคารกรุงไทยทุกสาขาจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{20} = 0$ แสดงว่า หากมีการจัดมุมแนะนำสินค้าผ่านธนาคารกรุงไทยทุกสาขาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{21} คือ การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ถ้า $X_{21} = 1$ แสดงว่า การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

$X_{21} = 0$ แสดงว่า การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อฯ

X_{22} คือ การแจกเอกสารแผ่นพับ

ถ้า $X_{22} = 1$ แสดงว่า การแจกเอกสารแผ่นพับจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{22} = 0$ แสดงว่า การแจกเอกสารแผ่นพับไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

X_{23} คือ การส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่นพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกัน

ถ้า $X_{23} = 1$ แสดงว่า การส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่นพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$X_{23} = 0$ แสดงว่า การส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่นพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_{23} =$ ค่าพารามิเตอร์

3.3 การวิเคราะห์ระดับของปัญหาในด้านต่าง ๆ

จากบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด ในศึกษานี้จะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ กล่าวคือ หากมีปัญหามากจะให้คะแนนเท่ากับ 3 ปัญหาระดับปานกลางจะให้คะแนน เท่ากับ 2 ปัญหาระดับน้อยจะให้คะแนนเท่ากับ 1 และหากไม่มีปัญหาเลยให้คะแนนเท่ากับ 0 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์จะเป็นคะแนนเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

$$WMS = \frac{3f_1 + 2f_2 + 1f_3 + 0f_4}{TNR}$$

TNR

WMS (Weight Mean Score) = คำนวณน้ำหนักเฉลี่ยของระดับปัญหาของผู้ใช้บริการเช่าซื้อ

สินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบว่า

$f_1 =$ มีปัญหามาก

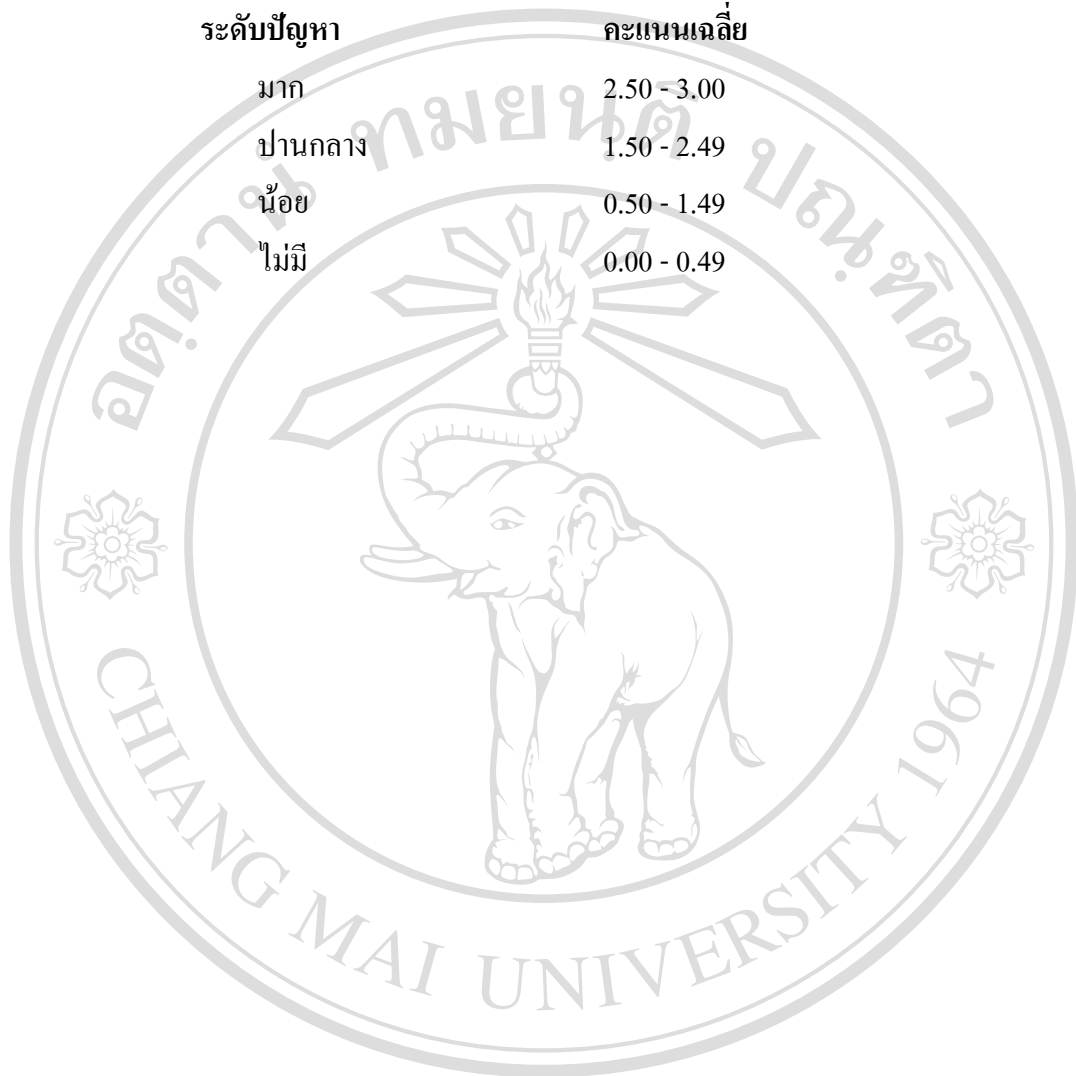
$f_2 =$ มีปัญหปานกลาง

$f_3 =$ มีปัญหาน้อย

$f_4 =$ ไม่มีปัญหา

TNR (Total Number Rating) = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
เกณฑ์การตัดสินใจค่าเฉลี่ยของปัญหาของผู้ใช้บริการ ดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนนเฉลี่ย
มาก	2.50 - 3.00
ปานกลาง	1.50 - 2.49
น้อย	0.50 - 1.49
ไม่มี	0.00 - 0.49



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved