

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากร ที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นลูกค้าใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดลำปาง ซึ่งมีจำนวน 7 สาขา คือ สาขาลำปาง สาขาประตู่ชัย สาขาเขลางค์นคร สาขาแม่เมาะ สาขาแม่ทะ สาขาเถิน สาขาวังเหนือ

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีเลือกจากประชากรจำนวน 200 ราย แบบสัดส่วน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

รายชื่อสาขาของธนาคาร	จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (ราย)	ร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
สาขาลำปาง	265	36.1	72
สาขาประตู่ชัย	263	35.9	72
สาขาเขลางค์นคร	21	2.9	6
สาขาแม่เมาะ	87	11.9	23
สาขาแม่ทะ	33	4.4	9
สาขาเถิน	40	5.5	11
สาขาวังเหนือ	24	3.3	7
รวม	733	100	200

ที่มา : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2552)

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการ และลูกจ้างประจำ จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเนกประสงค์ เข้าใจถึงหลักเกณฑ์ของสินเชื่อเนกประสงค์ การใช้สินเชื่อเนกประสงค์จากสถาบันการเงินอื่น วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาผ่อนชำระ จำนวนเงินผ่อนชำระ เงื่อนไขการค้ำประกัน ระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย รวมถึงแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงสินเชื่อเนกประสงค์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วย

(1) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ความสะดวกในการผ่อนชำระ ระยะเวลาในการผ่อนชำระและเงื่อนไขการค้ำประกัน

(2) ปัจจัยทางด้านราคา มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา คือ อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเหมาะสม การคิดค่าบริการต่างๆ และอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ

(3) ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย มีการพิจารณาถึงการเคลื่อนย้ายขององค์กรเข้าสู่ตลาด คือ จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการของธนาคารและเวลาทำการของธนาคาร

(4) ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด คือ การได้รับคำแนะนำการพนักงานธนาคาร ข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆแจ้งข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ

(5) ปัจจัยด้านบุคลากร มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคลากร คือพนักงานมีบุคลิกที่ดี สะอาด แต่งการเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน

(6) ปัจจัยทางด้านกระบวนการ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และระเบียบ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการบริการไม่ยุ่งยาก

(7) ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางกายภาพ สถานที่ตั้งและสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้สินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ประกอบด้วยความพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ด้านราคา
- (3) ด้านการจัดจำหน่าย
- (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- (5) ด้านบุคลากร
- (6) ด้านกระบวนการ
- (7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 วิธีการการศึกษา

จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมใช้สินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเนกประสงค์ เข้าใจถึงหลักเกณฑ์ของสินเชื่อเนกประสงค์ การใช้สินเชื่อเนกประสงค์จากสถาบันการเงินอื่น วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาผ่อนชำระ

จำนวนเงินผ่อนชำระ เงื่อนไขการค้ำประกัน ระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย รวมถึงแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงสินเชื่อเนกประสงค์

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

1.2) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการเปลี่ยนสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ ใช้แบบจำลองโลจิทประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการการเปลี่ยนสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ โดยใช้ตัวแปรปัจจัยที่เป็นส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วย

- (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ปัจจัยด้านราคา
- (3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
- (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- (5) ปัจจัยด้านบุคลากร
- (6) ปัจจัยด้านกระบวนการ
- (7) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปลี่ยนสถาบันการเงินกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Logit Model ซึ่งเป็นแบบจำลองทาง

Econometric Model ที่ใช้สำหรับการประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์หนึ่ง โดยสมมุติให้ค่าความน่าจะเป็นดังกล่าวเท่ากับความถี่สะสมของการแจกแจง แบบโลจิสติก (Logistic Distribution) แบบจำลองนี้จะทำให้ค่าประมาณ Y ที่คำนวณได้มีค่าความน่าจะเป็นอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ซึ่งสามารถกำหนดออกมาเป็นสมการได้ ดังนี้

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

Y หมายถึง ตัวแปรตาม (dependent variable)

ถ้า $Y = 1$ แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนสถาบันการเงิน

ถ้า $Y = 0$ แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปลี่ยนสถาบันการเงิน

ตัวแปรอิสระ (independent variables) ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนสถาบันการเงิน 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 30-40 ปี

$X_2 = 0$ แสดงว่า อายุอยู่ในช่วงอื่น ๆ

X_3 คือ สถานภาพโสด

ถ้า $X_3 = 1$ แสดงว่า โสด

$X_3 = 0$ แสดงว่า อยู่ในสถานภาพอื่น

X_4 คือ การศึกษา

ถ้า $X_4 = 1$ แสดงว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี

$X_4 = 0$ แสดงว่า การศึกษาอยู่ในระดับอื่น ๆ

X_5 คือ รายได้ต่อเดือนมีหน่วยเป็นบาท

ถ้า $X_5 = 1$ แสดงว่า รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท

$X_5 = 0$ แสดงว่า อัตราเงินเดือนอยู่ในช่วงอื่น ๆ

2.2) ใช้การประเมินค่าระดับความสำคัญทางปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนสถาบันการเงิน โดยให้กลุ่มตัวอย่างการประเมินค่าระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยฯ และกำหนดคะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่สำคัญ	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัย
3.51 – 4.00	ความสำคัญของปัจจัยมาก
2.51 – 3.50	ความสำคัญของปัจจัยปานกลาง
1.51 – 2.50	ความสำคัญของปัจจัยน้อย
1.00 – 1.50	ไม่มีความสำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์แก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

ได้แก่ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ ประกอบด้วยความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้

- (1) วงเงินกู้ที่ได้รับ
- (2) อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ
- (3) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ
- (4) ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร
- (5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- (6) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ
- (7) การให้บริการของพนักงาน

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเรียงลำดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการ
สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อรายเดือนและสินเชื่อรายปี แยกตามพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนสถาบันการเงิน
โดยคะแนนแต่ละลำดับดังนี้

ลำดับความพึงพอใจ

คะแนน

1

3

2

2

3

1

และทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัย จากนั้นนำคะแนนรวมที่ได้มาทำการ
จัดเรียงลำดับ โดยปัจจัยใดมีคะแนนมากที่สุดให้มีความสำคัญลำดับหนึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved