

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล มีวิธีดำเนินการศึกษาในเรื่องขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการรายงานผลการศึกษาดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล โดยใช้กรอบในการศึกษาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นตัววัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ข้าราชการและลูกจ้างประจำที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการในอำเภอฝางที่เคยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้การควบคุมของธนาคารแห่งประเทศไทย

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 270 ราย ในการศึกษานี้ได้ใช้ โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้สูตรของ Ken Black กำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 10 (Black,2011:276)

โดยคำนวณจากสูตร

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \sigma^2}{E^2}$$

$n$  = ขนาดตัวอย่างที่จำเป็นต่อการศึกษา

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$  = ค่าปกติมาตรฐาน (Standard Normal Value) ที่สอดคล้องกับระดับนัยสำคัญ  $\alpha$  ที่ 0.10 ค่าจะเท่ากับ 1.645

$\sigma$  = ค่าประมาณของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากรในกรณีที่สเกลการวัดเป็นช่วงคะแนน 1-5 ค่าพิสัยจะเท่ากับ (5-1) ดังนั้น ค่าประมาณของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ ) จึงมีค่าเท่ากับ (5-1)/4=1

$E$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้สูงสุด (Maximum Allowable Error) ของค่าเฉลี่ยของตัวอย่างลบด้วยค่าเฉลี่ยของประชากรในกรณีนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้  $E$  มีค่าเท่ากับ 0.1 จากช่วงสเกล 1-5

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** การเก็บข้อมูลจากข้าราชการและลูกจ้างประจำ ของหน่วยงานราชการต่างๆ ในอำเภอฝาง ที่เคยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล โดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี แบบสุ่มสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามตามหน่วยงานราชการในเขตอำเภอฝาง เฉพาะข้าราชการและลูกจ้างประจำผู้ที่เคยใช้สินเชื่อส่วนบุคคล จำนวน 270 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ ข้อมูลทางสถิติที่ได้ทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยนำคะแนนแบ่งเป็น ช่วงเท่า ๆ กัน (ชูศรี วงศ์รัตน์นะ, 2546:75)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญจำนวน 5 ระดับ ดังนี้

ระดับการมีผล	คะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50-5.00	ระดับที่มีผลมากที่สุด
3.50-4.49	ระดับที่มีผลมาก
2.50-3.49	ระดับที่มีผลปานกลาง
1.50-2.49	ระดับที่มีผลน้อย
1.00-1.49	ระดับที่มีผลน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ หน่วยงานราชการในอำเภอฝาง และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาคั้งนี้ตั้งแต่เดือน กันยายน 2556 - พฤศจิกายน 2557  
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 สิงหาคม - 30 กันยายน 2557



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved