

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้า ธนาคารไทย  
ธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีวิธีการศึกษาประกอบด้วย

1. ขอบเขตการศึกษา
2. กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
3. ข้อมูล และแหล่งข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล
5. การประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล
6. ระยะเวลาของการศึกษา

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของ ลูกค้า ธนาคาร  
ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริม  
การตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างนำเสนอ  
ลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งปัญหาในการใช้สินเชื่อดังกล่าว

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ ลูกค้าธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขต  
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ใช้สินเชื่อบุคคล

### กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ เนื่องจาก ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรที่ใช้สินเชื่อบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้ศึกษาจึง ได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กำหนดความน่าจะเป็นของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2542 : 74) โดยคำนวณจากสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 p q}{e^2}$$

เมื่อ

$n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ค่าความผิดพลาดสูงสุด

$p$  = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

$q$  =  $(1-p)$

$Z_{1-\alpha/2}$  =  $Z_{0.975}$  เพราะฉะนั้น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

โดยได้สำรวจไว้ 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับสลากเลือกสาขาธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่จะใช้เก็บข้อมูลจำนวน 10 สาขา ได้แก่ สาขาประตูน้ำ สาขาราชวงศ์ สาขาบางบอน สาขาสมุทรปราการ สาขาห้วยขวาง สาขางามวงศ์วาน สาขาบางเขน สาขาเทเวศร์ สาขาจรัลสนิทวงศ์ และสาขานครปฐม
2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแจกแจงแบ่งสัดส่วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ได้จำนวน 40 ตัวอย่างต่อหนึ่งสาขา
3. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบุคคล

## ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ใช้สินเชื่อบุคคล จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

## เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล สอบถามโดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะในการใช้สินเชื่อบุคคล

## การประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ทั้งนี้ การวัดระดับความสำคัญให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2537 : 29)

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

การแปลผลของคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	ระดับความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	ระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	ระดับความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาของการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2550 - เดือนพฤศจิกายน 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved