

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเขียนกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้



3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ที่ทำสัญญากับ ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ณ สถานที่จำหน่าย ซึ่งเป็นยี่ห้อที่ใช้กันโดยทั่วไปในตลาด คือ โตโยต้า ฮอนด้า อีซูซุ มิตซูบิชิ เชฟโรเลต และกลุ่มตัวอย่างเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรจำนวน 200 ตัวอย่าง

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มี 2 ลักษณะคือ

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลโดยมีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม ความพึงพอใจ ปัญหาและอุปสรรคเลือกโดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยส่วนประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะภาพทางครอบครัว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ มีดังนี้ คือ

- วงเงินที่มีการยื่นกู้ (ราคารถยนต์-เงินดาวน์)
- อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคาร
- ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

- วงเงินผ่อนต่องวด (ค่างวดต่อเดือน)
- วิธีการชำระคืน

- บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ จำนวนเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสม และธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีชื่อเสียง
- ปัจจัยทางด้านระดับราคา มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา คือ อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเหมาะสม และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเหมาะสม

- ปัจจัยทางด้านสถานที่ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในอาคาร และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยไว้ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด คือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณา มีพนักงานในการแนะนำบริการรวมทั้งมีบริการโทรศัพท์ในการให้คำปรึกษา ลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าในกรณีพิเศษต่าง ๆ
- ปัจจัยทางด้านบุคลากร มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคลากร คือ พนักงานธนาคารมีบุคลิกที่ดี สะอาด แต่งกายเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน
- ปัจจัยทางด้านกระบวนการ มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ในการบริการไม่ยุ่งยาก

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากเอกสาร บทความและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลของ ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ซึ่งจะเก็บจากแฟ้มสินเชื่อรายตัวของลูกหนี้ หรือผู้เช่าซื้อ

3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย

คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่สามารถเก็บได้จากแบบสอบถามของผู้บริโภคทั้ง 200 ราย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 จะเป็นข้อมูลทั่วไปซึ่งสอบถามถึง เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ มีดังนี้

- วงเงินที่มีการยื่นกู้ (ราคารถยนต์-เงินดาวน์)
- อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคาร
- ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

- วงเงินผ่อนต่องวด (ค้างงวดต่อเดือน)
- วิธีการชำระคืน
- บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) โดยแสดงเป็นตารางและอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจในการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย

คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่สามารถเก็บได้จากแบบสอบถามของผู้บริโภคทั้ง 200 ราย ที่เป็นส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ประกอบด้วย

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยทางด้านระดับราคา
- ปัจจัยทางด้านสถานที่
- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยทางด้านบุคลากร
- ปัจจัยทางด้านกระบวนการ

2) วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

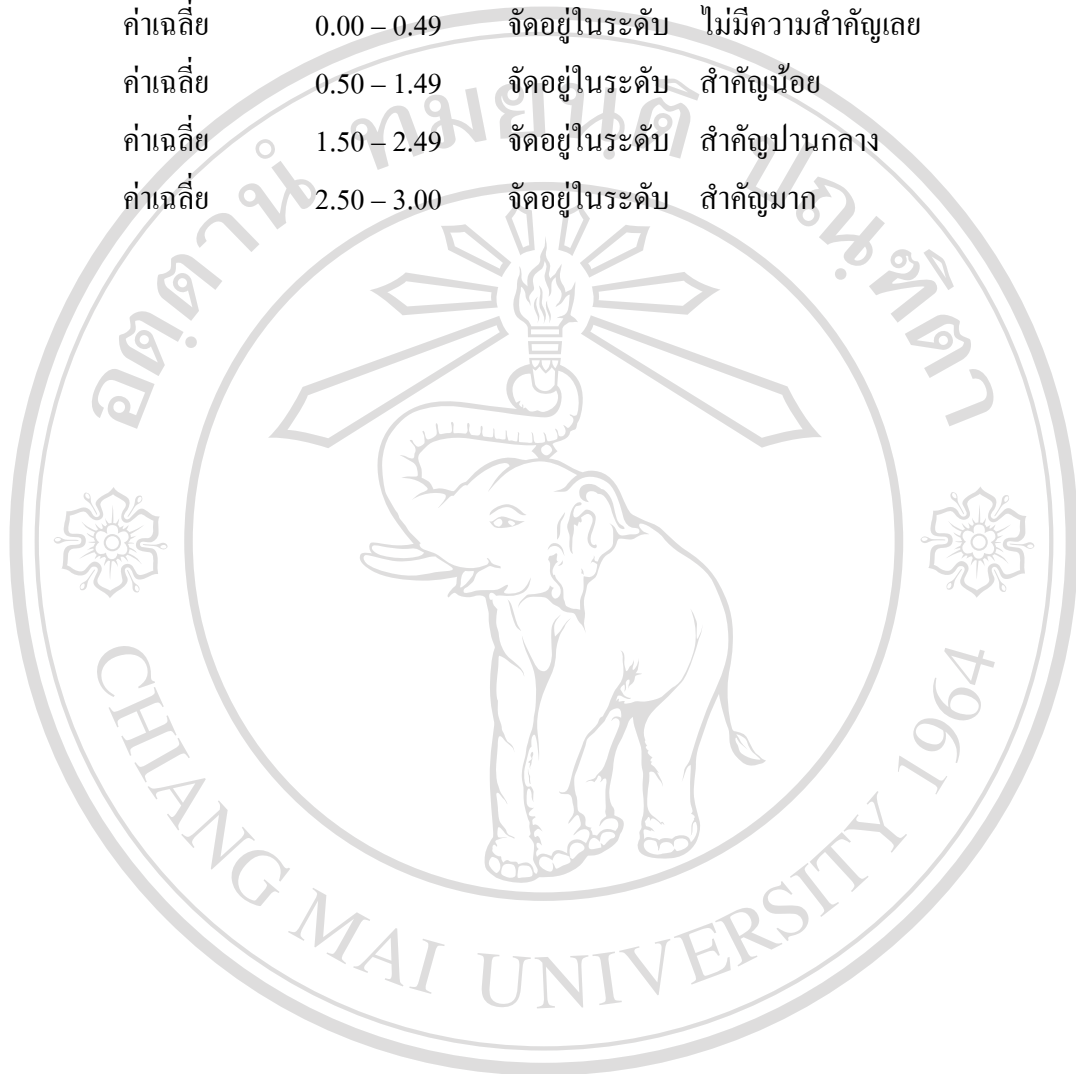
กำหนดให้ผู้บริโภคตอบแบบสอบถาม เพื่อเลือกลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ โดยใช้มาตรวัดของ Likert (Likert Scale) โดยมีระดับความสำคัญ 4 ระดับ คือ สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และไม่สำคัญเลย ดังตาราง

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล	คะแนน
ไม่มีความสำคัญเลย	0
สำคัญน้อย	1
สำคัญปานกลาง	2
สำคัญมาก	3

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วจะนำข้อมูลที่ได้ มากำหนดคะแนนแบ่งเป็นระดับต่าง

ๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	0.00 – 0.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่มีความสำคัญเลย
ค่าเฉลี่ย	0.50 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.00	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved