

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค มีการดำเนินวิจัยดังนี้

- 3.1 ลักษณะของประชากร และการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 สมมติฐานในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ลักษณะของประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

3.1.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค ซึ่งถือได้ว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่ และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนจึงคำนวณโดยใช้สูตรหาขนาดขนาดตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$n = \frac{Z}{4E^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดตัวอย่าง

E = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติมาตรฐาน

ซึ่ง Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือ ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า เท่ากับ 1.96 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2551) โดยแทนค่าที่ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.05 ค่า z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าตามสูตร} \quad n &= \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} \\ n &= 384.16 \end{aligned}$$

หรือประมาณ 385 ตัวอย่าง และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งตัวอย่างที่ได้มานั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะเลือกเฉพาะลูกค้าสินเชื่อบริการกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค โดยเก็บตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามที่ธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ

3.2.1.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- (2) ด้านราคา (Price)
- (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- (5) ด้านบุคคล (People)
- (6) ด้านกระบวนการบริการ (Process)
- (7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and

Presentation)

3.2.2 ตัวแปรตาม

การใช้บริการสินเชื่อบริการกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

3.3 สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) และลักษณะปลายเปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบancaกรกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เป็นการใช้อุปกรณ์ประเภทมาตราประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อบancaกรกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เป็นการใช้อุปกรณ์ประเภทมาตราประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

สำหรับเกณฑ์การประเมิน จะใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างอันตรภาคชั้น (ชนินาถ สงวนวงศ์วิจิตร, 2552) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จึงได้เกณฑ์การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยสำหรับความคิดเห็นและการเลือกใช้บริการ ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านการทดสอบคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลแต่ละครั้งผู้วิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันแล้วจึงตอบแบบสอบถามโดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกด้วยตนเอง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำราทางด้านการตลาดและทางด้านอื่นๆ ได้แก่

- 2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ
- 2.2 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. นำแบบสอบถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ จำแนกตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หาค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. นำแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อบัตรกรุงไทย สาขาซีคอนบางแคของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) 6) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และ 7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาคกับตัวแปรตามหนึ่งตัวคือ การเลือกใช้บริการสินเชื่อบัตรกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมี

ต่อตัวแปรตามตั้งนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยกำหนด
นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

