

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อย ของธนาคารออมสินสาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีวิธีการดำเนินวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร คือ ลูกค้ำที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสินสาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนรวมทั้งหมด 1,300 คนต่อปี (ข้อมูลจากทะเบียนผู้รับคำขอกู้สินเชื่อธนาคารประชาชนและสินเชื่อห้องแถวของธนาคารออมสินสาขากันทรามย์ ปี 2562)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ลูกค้ำที่มีประสบการณ์ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสินสาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษบางส่วน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรทั้งหมด โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการแจกแบบสอบถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

โดยที่

- n = ขนาดตัวอย่าง (Sample Size)
- N = จำนวนประชากร (Population)
- $Z = 1.96$ (ค่าที่ได้จากตารางแจกแจงปกติ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05)
- e = ความเชื่อมั่น (Significant) ที่ร้อยละ 95

$$\text{แทนค่า } n = \frac{1,300}{1+1,300(0.05)^2}$$

$$n = 306 \text{ คน}$$

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 310 คน

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ ใช้การเก็บแบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ซึ่งอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) ซึ่งมีข้อดี คือ มีหลักประกันทางสถิติที่เชื่อได้ว่าหน่วยของประชากรแต่ละหน่วยจะได้รับโอกาสในการเลือกเท่า ๆ กัน กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสจะเป็นตัวแทนของประชากรได้ดี เนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างพอเพียงและมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และยังเป็นวิธีที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งมีวิธีการสุ่มขอความร่วมมือจากลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ โดยนํารายชื่อจากทะเบียนคุมการรับคำขอกู้สินเชื่อธนาคารประชาชนและสินเชื่อห้องแถว ปี 2563 จะทำการสุ่มหาลูกค้าที่จะตอบแบบสอบถาม ในทุก ๆ หน่วยที่ 4 ดังนั้น จึงสุ่มทุก ๆ 4 คน เอามา 1 คน เช่น ลำดับที่ 4, 8, 12, ..., จนครบกลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน ซึ่งจะติดต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยการโทรศัพท์เชิญให้เข้ามาทำแบบสอบถามที่ธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างท่านใดไม่สะดวกเข้ามาทำแบบสอบถามที่ธนาคาร ผู้ศึกษาจะส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์หรือเข้าไปพบกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่นัดหมายแล้วแต่กรณี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

3.2.1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 ข้อ มีลักษณะแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ มีเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.2.2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จำนวน 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

3.2.3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จำนวน 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความคิดเห็นมากที่สุด ความคิดเห็นปานกลาง ความคิดเห็นน้อย และความคิดเห็นน้อยที่สุด (Likert, 1967).

3.2.4 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และให้ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และกระบวนการตัดสินใจ เพื่อช่วยกำหนดประเด็นคำถาม นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถามที่เหมาะสม

3.3.2 นำผลของการศึกษาตามข้อ 3.3.1 มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัย

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตามกรอบแนวคิด แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาที่จะทำการสำรวจ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระแนะนำ และทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence: IOC)

3.3.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระแนะนำแล้ว นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

3.3.5 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระอีกครั้ง

3.3.6 การทดสอบแบบสอบถาม

3.3.6.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) กับ ผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.3.6.2 การหาค่าความเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าจำนวนข้อคำถาม ค่า IOC และค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	ค่าความเชื่อถือ (Reliability) ของกลุ่มตัวอย่างทดลอง
1. ส่วนประสมการตลาดบริการ	28	1.00	0.80
2. การตัดสินใจ	12	1.00	0.72
ภาพรวมทั้งหมด	40	1.00	0.82

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาดบริการ และการตัดสินใจในภาพรวมมีจำนวน 40 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องที่ต่ำที่สุดผ่านมาตรฐานของการหาค่าความเที่ยงตรงซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552) แสดงว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ข้อคำถามมีความเที่ยงตรงแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

จากผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างทดลอง (Try out) ในแต่ละด้าน พบว่า มีค่าความเชื่อถืออยู่ระหว่าง 0.72 – 0.82 โดยค่าความเชื่อถือที่มีค่าต่ำ

ที่สุดอยู่ในช่วงที่สามารถยอมรับได้ คือ มีค่ามากกว่า 0.7 (Cortina, 1993) ซึ่งแสดงว่าการศึกษาในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมแหล่งข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น แบบเป็นระบบจากประชากร

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม มีแนวทางในการวิเคราะห์และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสังเคราะห์ โดยแบ่งได้ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินค้าเชื้อธรรกิจรายย่อย ของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ

ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดน้ำหนักค่าตัวเลขของ (Likert) ได้กำหนดค่าของคะแนนในแบบสอบถามที่มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ได้ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปทำการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมาก

3.5.3 การทดสอบอิทธิพล ของส่วนประสมการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินค้าเชื้อธรรกิจรายย่อย ของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

3.6.1.1 ความถี่ (Frequency)

3.6.1.2 ร้อยละ (Percentage)

3.6.1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.6.1.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3.6.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ได้แก่

3.6.2.1 การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence: IOC)

3.6.2.2 การทดสอบความเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)

3.6.3 สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.6.3.1 สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-Test) ใช้วิธีการ Independent sample t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่มี 2 ตัวแปร ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรายย่อยของลูกค้าแตกต่างกัน

3.6.3.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-Test) ใช้ One Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่มีมากกว่า 2 ตัวแปร ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรายย่อยของลูกค้าแตกต่างกัน

3.6.3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการพยากรณ์ หรือทำนายตัวแปรอิสระ