

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างและทดสอบเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 171 คน (ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ. 2555 : ไม่ปรากฏเลขหน้า)

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร (ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555 : 45)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ความหมายของสัญลักษณ์ในสูตรได้แก่

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- N = ขนาดของประชากร
- e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{171}{1 + 171(0.05^2)}$$

$$= 119.79$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 119.79 คน หรือประมาณ 120 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือ
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์

4. สร้างแบบสอบถามเป็น 4 ตอน โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารต่าง ๆ แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารชนชาติ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

ตอนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ ได้แก่ บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินการหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการ สื่อการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน งดการชำระเงินที่ต้องการ การส่งชำระตามเงื่อนไขของธนาคารชนชาติความพึงพอใจในการบริการ และการแนะนำในการใช้บริการ

ตอนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เพื่อดูว่าปัจจัยแต่ละด้านมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากน้อยเพียงใด โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ต (Likert) ประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (5 คะแนน) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (4 คะแนน) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง (3 คะแนน) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (2 คะแนน) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (1 คะแนน) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 75) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายเกณฑ์เฉลี่ยของการวัดระดับการตัดสินใจโดยกำหนดค่าเฉลี่ย ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 29)

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

6. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ลัยของ ปลั่งกลาง รองศาสตราจารย์วันทนี้อย์ แสนภักดี และดร.ปฐมพงษ์ สุภฤกษ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของ

เนื้อหาพร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

7. วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Index of Item-Objective Concurrence) โดยวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะลงความเห็น จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาบันทึกแล้วหาค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายข้อ ค่าเฉลี่ยจากคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้ เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและจุดประสงค์ซึ่งเท่ากับ 1

8. การทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงและได้ผ่านความเห็นชอบแล้วไปทดลอง โดยทดลองใช้ (Try-out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกไว้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขา สาขาตลาดเจ้าพรหม จำนวน 30 คน โดยนำส่วนของคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มาหาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 419) ได้ค่าเท่ากับ 0.76 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์เหมาะสมนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มาจาก 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 120 ชุดให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ได้จากการค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ และแปลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical package for social sciences หรือ SPSS) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555 : 295) ดังนี้

1. ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านักการธนาคาร และส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้านักการธนาคาร

2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่อใช้ในการอธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายค่าการกระจายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test เพื่อการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านักการธนาคาร ที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

5. การทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA (F-test) เพื่อการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านักการธนาคาร และพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้านักการธนาคารที่มีกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ถ้าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า .05 แสดงว่ามีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จะใช้วิธีการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วย วิธีของ LSD (Fisher's least-significant different)

6. การทดสอบสมมติฐานด้วยไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านักการธนาคาร กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้านักการธนาคาร