บทที่ 3
วิธีการศึกษาวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษางานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดสินเชื่อผ่อนชำระที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อผ่อนชำระ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้เลือกพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อันเป็นแหล่งธุรกิจและมีปริมาณจำนวนคนที่ใช้จ่าย บริโภคสินค้าในปริมาณที่สูง โดยมีตัวแปรและนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

3.1.1 ตัวแปรในการศึกษา

กรอบการศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อผ่อนชำระ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

ตัวแปรอิสระ ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, จำนวนบุตร, รายได้ของบุคคลต่อเดือน, ระยะเวลาในการทำงาน, อาชีพ

ตัวแปรตามในส่วนของปัจจัยทางการตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อผ่อนชำระ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย, ความรวดเร็วในการอนุมัติ, มีสาขาช่องทางการให้บริการที่ทั่วถึงและมีช่องทางการชำระเงินที่ทั่วถึง, การให้บริการที่ดีของพนักงาน, วงเงินในการอนุมัติ, ระยะเวลาในการชำระเงิน, ของแถมและโปรโมชั่น

ตารางที่ 3.1
กรอบแนวความคิดในการศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อผ่อนชำระของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)	**ตัวแปรตาม**(Dependent Variable)
ปัจจัยส่วนบุคคล	ส่วนของปัจจัยทางการตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ
1.เพศ 2.อายุ 3.สถานภาพ 4.ระดับการศึกษา 5.จำนวนบุตร 6.รายได้ของบุคคลต่อเดือน 7.ระยะเวลาในการทำงาน 8.จำนวนบัตรสินเชื่อผ่อนชำระ 9.อาชีพ	1.อัตราดอกเบี้ย 2.ความรวดเร็วในการอนุมัติ 3.มีสาขาช่องทางการให้บริการที่ทั่วถึงและมีช่องทางการชำระเงินที่ทั่วถึง 4.การให้บริการที่ดีของพนักงาน 5.วงเงินในการอนุมัติ 6.ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงิน 7.ของแถมและโปรโมชั่น

ที่มา : จากแบบสอบถาม

3.1.2 **นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ**

- สินเชื่อผ่อนชำระ หมายถึง การใช้สินเชื่อบุคคลที่มีลักษณะเป็นการซื้อสินค้าผ่อนชำระ โดยมีระยะเวลาการผ่อน (งวด) ที่แน่นอน และมีการผ่อนชำระแต่ละเดือนเป็นจำนวนที่เท่ากันทุกเดือน โดยสินค้าและบริการมีตัวอย่างดังนี้ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องเสียง คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ โทรศัพท์มือถือ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน เครื่องซักผ้า บริการทางด้านประกัน การท่องเที่ยว โปรแกรมสุขภาพ การศึกษา รวมถึงสินค้าและบริการอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ที่ทีการซื้อขายกันในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ในลักษณะเงินผ่อนที่ต้องซื้อแบบผ่อนชำระ
- ผู้ใช้สินเชื่อผ่อนชำระ หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีรายได้ตามคุณสมบัติที่บริษัทกำหนด มีการใช้สินเชื่อผ่อนชำระโดยต้องมีการจ่ายชำระคืนแบบผ่อนชำระเป็นรายเดือนทั้งเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยและต้องมีการซื้อสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

- พฤติกรรมการใช้ หมายถึง การแสดงออกซึ่งการใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยเป็นการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ
- ความถี่ในการใช้บริการ หมายถึง จำนวนครั้งที่ผู้บริโภค ได้มีการใช้จ่ายสินค้าหรือบริการโดยผ่านบัตรสินเชื่อผ่อนชำระกี่ครั้งต่อปี
- ช่วงเวลาที่ใช้จ่าย หมายถึง ช่วงเวลาที่บริโภคมีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ
- จำนวนเงินที่ใช้ผ่อนสินค้าต่อครั้ง หมายถึง จำนวนรายจ่ายสำหรับราคาสินค้าและบริการที่ได้ใช้จ่ายแบบผ่อนชำระในแต่ละครั้ง
- การผ่อนชำระคืน หมายถึง การปฏิบัติตามเงื่อนไขในการกู้ยืมสินเชื่อส่วนบุคคล โดยต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการซื้อสินค้าแบบผ่อนชำระ คือมีระยะเวลาในการผ่อนชำระและจำนวนเงินค่างวดในการผ่อนชำระเท่าใด
- ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของตนเอง ระยะเวลาในการทำงาน
- เพศ หมายถึง เพศของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ แบ่งเป็นเพศหญิง เพศชาย
- อายุ หมายถึง อายุจริงของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ
- สถานภาพ หมายถึง สถานภาพของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ โดยแบ่งออกเป็น 3กลุ่ม คือ โสด, สมรส, หม้าย-หย่า
- ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ แบ่งออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้ ประถมศึกษา, มัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส., ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง หมายถึง เงินที่ได้จากการประกอบอาชีพหลักหรือรายได้ประจำที่ได้รับในแต่ละเดือนของตนเอง
- ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก หมายถึง ช่วงเวลาที่ได้รับการอนุมัติเป็นสมาชิกและมีบัตรสินเชื่อผ่อนชำระไว้ให้จนถึงปัจจุบัน
- ระยะเวลาในการผ่อนชำระ หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ขอกู้กับผู้ให้กู้ทำข้อตกลงกันว่าสินเชื่อส่วนบุคคลที่ทำการกู้นั้นจะใช้เวลาเท่าใดในการผ่อนชำระคืน โดยแบ่งระยะเวลาออกเป็น 1 งวดต่อ 1 เดือน

3.1.3 ประเด็นการศึกษา

1. ประเด็นศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของพฤติกรรมผู้ใช้สินเชื่อบัตรผ่อนชำระเป็นอย่างไร

2. ประเด็นศึกษาข้อมูลสินค้าประเภทใดที่ผู้บริโภคนิยมใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

3. ประเด็นศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของผู้บริโภค

4. ประเด็นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการผ่อนชำระกับการให้วงเงินสินเชื่อเป็นอย่างไร

5. ประเด็นศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับการให้วงเงินสินเชื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร

6. ประเด็นศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับระยะเวลาในการผ่อนสินค้าผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร

7. ประเด็นศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่บริษัทดำเนินธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระใช้อยู่ในปัจจุบันกลยุทธ์ใดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและเป็นเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

8. โประเด็นศึกษาปรโมชั่นพิเศษประเภทใดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด

3.2 วิธีการศึกษางานวิจัย

ในส่วนนี้จะได้นำเสนอแหล่งข้อมูล การเลือกพื้นที่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Medthod) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระโดยแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ลักษณะคือ

1) ปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการและ การสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานสินเชื่อของกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non – Bank)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและมีแหล่งที่มาจาก งบการเงินในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อส่วนบุคคลของกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non – Bank)ที่ได้รับการตรวจสอบแล้ว รายงานประจำปีของบริษัท ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ตลอดจนวารสารทางวิชาการและบทความต่างๆ และข่าวสารจากสื่อ ฯลฯ

3.2.2 การเลือกพื้นที่

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เนื่องจากเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ โดยเน้นแหล่งชุมชน ตลาด ห้างสรรพสินค้า ที่มีอยู่ในเขตการศึกษา

3.2.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า ทั้งนี้ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล จะใช้วิธีการแบบสุ่มของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้คำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) คือ

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

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากรทั้งหมด

e คือ ความคาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error)

ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ + / - 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

ขนาดของประชากรทั้งหมด คือ จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของบริษัททั้ง 3 บริษัทได้แก่ บริษัทจำกัดมหาชน ไอออน ธนสินทรัพย์จำนวน 700,000 คน บริษัทจำกัด จีอี มันนี่ จำนวน 500,000 คน และบริษัทจำกัดมหาชน อีซี่บายจำนวน 200,000 คน รวมแล้วมีจำนวนทั้งสิ้น 1,400,000 คน (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2550)

$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{1,400,000}{1+ 1,400,000\ (0.05)^2} = 399.866 \text{ คน} = 400 \text{ คน}$$

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ข้อดีของการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่ได้กำหนดขอบเขตในการเก็บข้อมูลไว้แล้ว เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้สะดวกและสามารถควบคุมได้จนครบตามจำนวนที่ต้องการ การเก็บข้อมูลแบบนี้จะทำให้ได้ข้อมูลครบในเวลาที่รวดเร็วและภายใต้เวลาจำกัด โดยการกำหนดขอบเขตต้องครอบคลุมตัวอย่างของประชากรที่ต้องการศึกษาได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายตามแผนและงบประมาณที่ได้กำหนดไว้

ข้อเสียของการสุ่มแบบบังเอิญจะได้กลุ่มตัวอย่างที่จำกัดซึ่งหากกำหนดตัวแทนประชากรไม่ครอบคลุมอาจทำให้ผลการวิจัยคลาดเคลื่อน และกระจุกตัว เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลที่ใช้ระยะเวลาสั้นและกำหนดสถานที่ที่เฉพาะเจาะจงและอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มประชากรทั้งหมด เช่นในการวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลในกรุงเทพ ซึ่งจะเป็นตัวแทนของประชากรทั่วประเทศรวมถึงในต่างจังหวัด ซึ่งอาจมีพฤติกรรมการใช้สินเชื่อผ่อนชำระที่แตกต่างกัน

3.2.4 **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินเชื่อผ่อนชำระสินค้า

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามทัศนคติเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า

3.2.5 **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามเป็นรายบุคคล ออกทำการสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่1 เมษายน 2552 ถึงวันที่ 20 เมษายน 2552 ช่วงเวลาตั้งแต่ 8.30 – 19.30 น. ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 ราย

การเก็บข้อมูลในช่วงวันและเวลาดังกล่าวมีความครอบคลุมจำนวนวันถึง 20 วัน โดยมีการเก็บข้อมูลทั้งวันธรรมดาและวันเสาร์อาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุดราชการ และวันหยุดประจำปี คือ ช่วงสงกรานต์ด้วย ตั้งแต่เวลา 8.30 – 19.30 น. ซึ่งนับว่ามีความครอบคลุมช่วงเวลาทำงานและช่วงวันหยุด โดยมีการดำเนินการสอบถามและแจกแบบสอบถามให้กับบุคคลที่ใช้สินเชื่อผ่อนชำระตามสถานที่ชุมชนต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลและขอความร่วมมือช่วยตอบแบบสอบถาม โดยมีสถานที่ในการดำเนินงานในการแจกแบบสอบถาม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ชุมชน ตลาด ย่านสถานที่ทำงาน เช่น สีลม สาทร พหลโยธิน พระราม 3 และถนนวิทยุ

จากการกำหนดบริเวณในการทำแบบทดสอบที่ค่อนข้างกว้าง คือทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล ทำให้มีการสุ่มพื้นที่ตัวอย่างการเก็บแบบสอบถามและข้อมูลจะดูความหลากหลายของผู้คนที่อยู่บริเวณนั้น บริเวณพื้นที่เก็บข้อมูลที่เป็นชุมชน ได้แก่ บริเวณตลาดเทเวศร์, บริเวณพหลโยธินซอยอารีย์, บริเวณซอยละลายทรัพย์สีลม, บริเวณตลาดสินธรถนนวิทยุ บริเวณโลตัสบางพลัด, ตลาดนัดบริเวณ ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสำนักงานใหญ่พระราม3, บริเวณคาร์ฟูแจ้งวัฒนะ และอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งบริเวณเหล่านี้เป็นชุมชนมีทั้งตลาด ห้าง ร้านค้า โรงงาน สถานที่ราชการ บริษัทเอกชน ทำให้มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายและทั่วถึง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะมีทั้งพนักงานราชการ/ข้าราชการ, พนักงานบริษัทเอกชน, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้ประกอบการ, พนักงานโรงงาน, ผู้ประกอบการค้า และบุคคลรับจ้างทั่วไป

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยเป็นการอธิบายถึงความสำคัญ บทบาท ประเภทของตลาดสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้า การดำเนินธุรกิจในตลาดสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้า รวมถึงการเปรียบเทียบถึงกลยุทธ์ที่แตกต่างกันของสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้าของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่าง Chi-square test เพื่อหาความสัมพันธ์ตามสมมติฐานและข้อมูลที่กำหนด