

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย "พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" ได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการนำเสนอข้อมูลดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปี 2548

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในประเภทของการซื้อบ้านเดี่ยวที่ถูกกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้วิธีแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) คือไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่าง

การหาขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ 400 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะแบ่งออกเป็น

1. กรุงเทพฯตอนบน (ฝั่งซ้าย) ได้แก่ พื้นที่ในเขตจตุจักร หลักสี่ ดอนเมือง และคลองจั่น พื้นที่จังหวัดนนทบุรีบางส่วน คือ อ.เมืองนนทบุรี อ.ปากเกร็ด ส่วนพื้นที่ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ อ.เมืองปทุมธานีและ อ.ลาดหลุมแก้ว จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

2. กรุงเทพฯตอนบน (ฝั่งขวา) ได้แก่ พื้นที่ในเขตลาดพร้าว บางเขน สายไหม ส่วนพื้นที่ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ อ.ลำลูกกา อ.สามโคก อ.ธัญบุรี อ.หนองเสือ และอ.คลองหลวง จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

3. กรุงเทพฯตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ พื้นที่เขตบางกะปิ บึงกุ่ม คลองสามวา วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง และหนองจอก จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

4. กรุงเทพฯตะวันออก ได้แก่ พื้นที่ในเขตพระโขนง สวนหลวง ลาดกระบัง และเขตประเวศ พื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ อ.เมืองสมุทรปราการ อ.บางพลี และอ.บางบ่อ จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

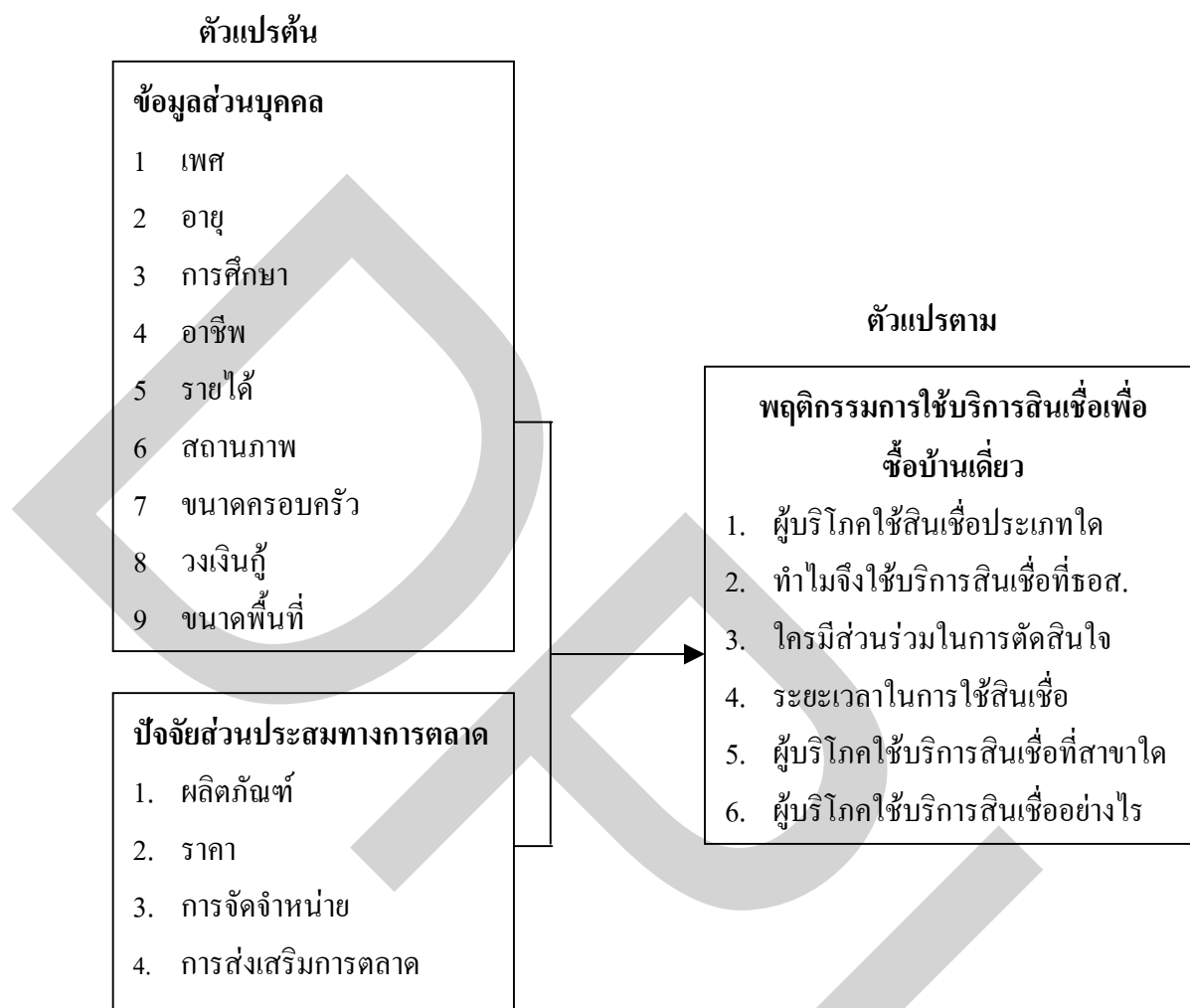
5. กรุงเทพฯตอนใต้ ได้แก่ พื้นที่ในเขตการปกครองด้านใต้ ได้แก่ เขตราษฎร์บูรณะ จอมทอง บางขุนเทียน บางบอน ทุ่งครุ พื้นที่ในจังหวัดสมุทรปราการบางส่วน ได้แก่ อ.พระประแดง และอ.พระสมุทรเจดีย์ พื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ อ.เมืองสมุทรสาคร และอ.กระทุ่มแบน จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

6. กรุงเทพฯตะวันตก ได้แก่ พื้นที่เขตการปกครองบางส่วนของกรุงเทพมหานคร คือ เขตตลิ่งชัน ภาษีเจริญ และหนองแขม รวมถึงพื้นที่ในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 30 กลุ่มตัวอย่าง

7. กรุงเทพฯตะวันตกเฉียงเหนือ ได้แก่ พื้นที่เขตการปกครองจังหวัดนนทบุรีบางส่วน ได้แก่ อำเภอบางกรวย อ.บางบัวทอง อ. บางใหญ่ และอ.ไทรน้อย จำนวน 60 กลุ่มตัวอย่าง

8. กรุงเทพฯศูนย์กลางธุรกิจ ได้แก่ พื้นที่ในเขตศูนย์กลางกรุงเทพฯทั้งหมด คือ เขตปทุมวัน สาทร ยานนาวา พญาไท บางรัก ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย บางคอแหลม วัฒนา คลองสาน ดุสิต บางกอกน้อย บางกอกใหญ่และบางพลัด จำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา "พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะ ลูกค้านานาชาติอาคารสงเคราะห์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศึกษา ได้แก่



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- **ตัวแปรต้น** ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ขนาดครอบครัว วงเงินกู้ และขนาดพื้นที่

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด

- **ตัวแปรตาม** ประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้บริการเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว ได้แก่ ผู้บริโภคใช้สินเชื่อประเภทใด ทำไมจึงใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ระยะเวลาในการใช้สินเชื่อ ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่อที่สาขาใด ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่ออย่างไร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในเรื่อง "พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเอง โดยมีรายละเอียดแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบกรอกรายละเอียด ทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบ้านเดี่ยว ทั้งหมด 20 ข้อ ซึ่งคำถามจะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scales) แบ่งระดับความคิดเป็น 5 ระดับ ซึ่งระดับคะแนนที่ใช้คือ

ระดับคะแนน	5	เท่ากับ	มีความสำคัญมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	เท่ากับ	มีความสำคัญมาก
ระดับคะแนน	3	เท่ากับ	มีความสำคัญปานกลาง
ระดับคะแนน	2	เท่ากับ	มีความสำคัญน้อย
ระดับคะแนน	1	เท่ากับ	มีความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลค่าของคะแนนเฉลี่ย

ผู้วิจัยนำคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลเป็น 5 ระดับ เพื่อประเมินค่านั้น คือ

ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	4.60 - 5.00 หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	3.60 - 4.59 หมายถึง	มีความสำคัญมาก
ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	2.60 - 3.59 หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.60 - 2.59 หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.59 หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

3.3 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามในครั้งนี้ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือในการทำวิจัยนั้นคือ แบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่ได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม สำหรับการนำไปทดสอบ
3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบหรือทดลองใช้ (Pre-test) เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามและคำตอบหรือไม่ จำนวน 20 ชุด
4. นำผลที่ได้จากการทดลอง (Pre-test) ไปทดสอบความเข้าใจ ความครอบคลุมและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยวิธีการหาความเชื่อมั่น(Reliability) จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบ Alpha ของครอนบาค (Cronbach) เท่ากับ 0.8797 ถือว่าอยู่ในระดับน่าเชื่อถือสูง
5. ทำการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือพร้อมทั้งเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อนำไปเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ สำหรับการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการศึกษาในครั้งนี้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรหัสข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วลงในสมุดลงรหัส (Code book) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows)

โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้บรรยายลักษณะข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) การหาร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ โดยทำการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าไคว์สแควร์ F-test One-Way ANOVA

การนำเสนอข้อมูลจากวิเคราะห์จะอยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่และจำนวนร้อยละ ตารางทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งขึ้น