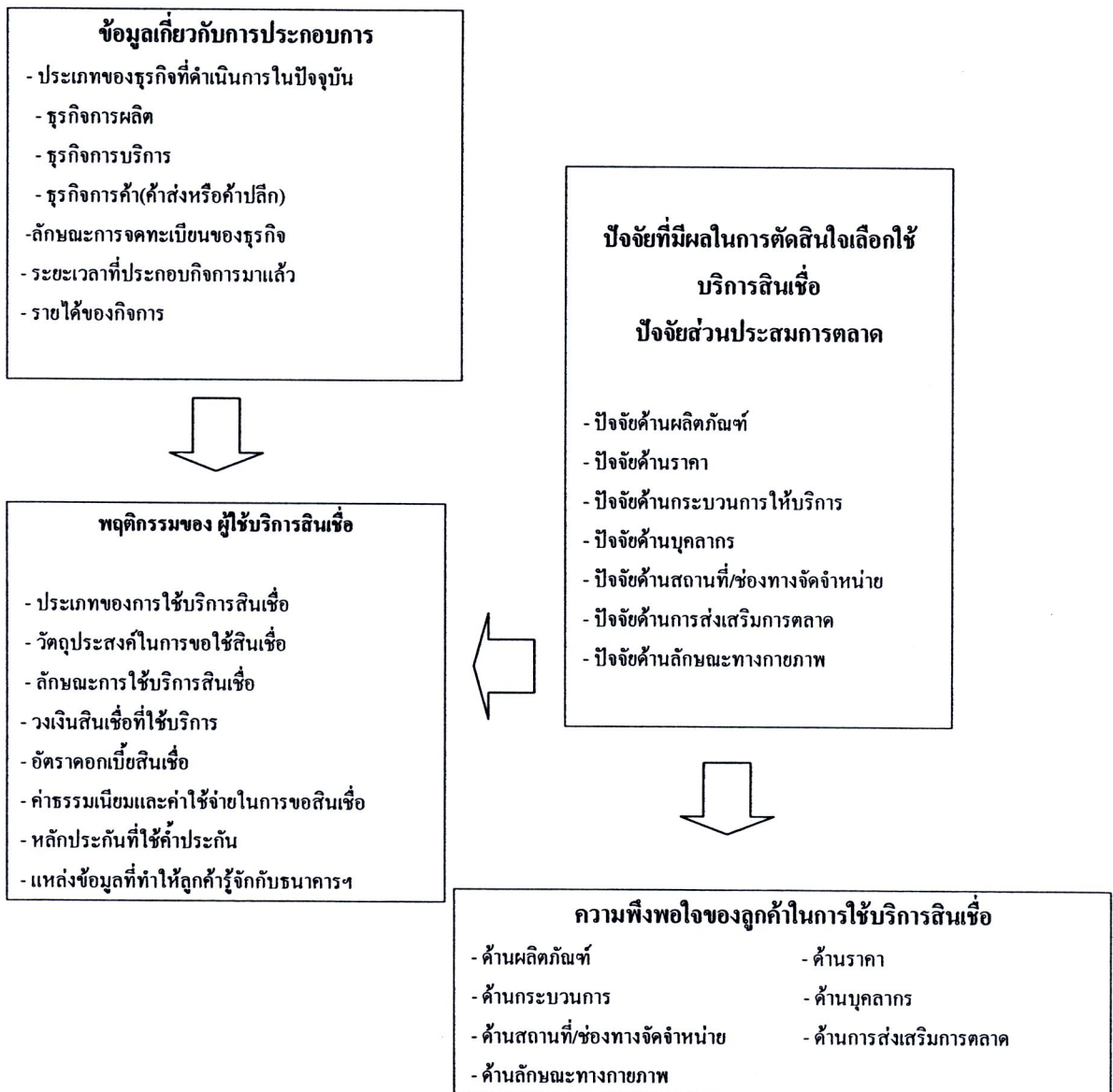


บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



3.2 ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิได้แก่ ข้อมูลจากธนาคารกสิกรไทย ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมโดยตรงจากตัวอย่างของการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรของการศึกษารั้งนี้ ระหว่าง 2/2555-3/2555 ได้แก่ลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดย่อมตั้งแต่ ตั้งแต่ มกราคม 2554 ถึง ธันวาคม 2554 ของธนาคารกสิกรไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากตารางที่ 5 รวมทั้งสิ้น 22 สาขา เป็นจำนวน 594 ราย โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการดังนี้

1. กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับแจกแบบสอบถาม

จากสูตร Yamane

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

n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร จำนวน 594 คน

e = ขอบเขตความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5%

ดังนั้น

$$n = \frac{594}{1 + 594(0.05)^2}$$

$$n = 240$$

จากการคำนวณ 240 คน

2. วิธีสุ่มเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ

จากสูตร

$$n_i = \frac{N_i \times n}{N}$$



n_i = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มแต่ละสาขา

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด คือ 240 คน

N_i = จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทยแต่ละสาขา

N = จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทยทั้งหมด

3. วิธีสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดย่อมที่มาติดต่อ ในช่วง 02/2555 - 03/2555

ตารางที่ 3.1 จำนวนจังหวัดเชียงใหม่ ตัวอย่างที่สุ่มตามแบบสอบถามในแต่ละสาขารธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	สาขา	จำนวนลูกค้า (ราย)	จำนวนตัวอย่างที่สุ่ม แต่ละสาขา
1	สาขานันทาแพ เชียงใหม่	54	21
2	สาขาช้างเผือก เชียงใหม่	43	17
3	สาขานนช้างคลาน เชียงใหม่	26	10
4	สาขาสามแยกสันทราย	29	11
5	สาขานนสุเทพ เชียงใหม่	32	14
6	สาขาเซ็นทรัลพลาซาเชียงใหม่แอร์พอร์ต 2	38	16
7	สาขานนเชียงใหม่ แม่โจ้	36	14
8	สาขาลาดประดู่เชียงใหม่	24	10
9	สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่	26	10
10	สาขาสีแยกสนามบิน เชียงใหม่	27	11
11	สาขานนนิมมานเหมินท์ เชียงใหม่	28	12

ที่มา:จากการคำนวณ

ตารางที่ 3.1 ต่อจำนวนตัวอย่างที่สุ่มถามแบบสอบถามในแต่ละสาขานาการกสิกรไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

12	สาขานนเจริญเมือง เชียงใหม่	19	8
13	สาขาตลาดวโรรส	25	10
14	สาขาเซ็นทรัลพลาซาเชียงใหม่แอร์พอร์ต	19	8
15	สาขานนมูลเมือง เชียงใหม่	23	10
16	สาขานนศรีคอนไชย เชียงใหม่	30	12
17	สาขาบักชี เชียงใหม่	23	10
18	สาขาบักชี หางดง	20	8
19	สาขาคาร์ฟูร์ เชียงใหม่	21	8
20	สาขาโลตัสคำเที่ยง เชียงใหม่	17	6
21	ถนนไนซ์บาร์ซ่า	18	7
22	สาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	16	6
	รวม	594	240

ที่มา:จากการคำนวณ

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งมีรายละเอียดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(1) ประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการในปัจจุบัน

- ธุรกิจการผลิตสินค้า
- ธุรกิจการบริการ
- ธุรกิจการค้า (ค้าส่งหรือค้าปลีก)

(2) ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ

(3) ระยะเวลาที่ประกอบกิจการมาแล้ว

(4) รายได้ของธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(1) ประเภทของการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

(2) วัตถุประสงค์ในการขอใช้สินเชื่อกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

(3) ลักษณะการใช้บริการสินเชื่อ

(4) รายได้ของธุรกิจ

(5) วงเงินสินเชื่อที่ให้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

(6) อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ

(7) ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

(8) หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันสินเชื่อ

(9) แหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้ารู้จักกับธนาคารฯ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- วงเงินสินเชื่อที่ได้รับพิจารณาอนุมัติสูง

- ระยะเวลาผ่อนมีความเหมาะสมต่อวงเงินกู้สินเชื่อ
- อัตราส่วนวงเงินสินเชื่อกับราคาหลักทรัพย์ค้ำประกันมีความเหมาะสม

(2) ปัจจัยด้านราคา

- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสมต่อวงเงินการขอสินเชื่อ
- ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์ค้ำ
- ค่าธรรมเนียมจัดการเงินกู้ค้ำต่อวงเงินสินเชื่อ
- จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดค้ำ

(3) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่

- ทราบระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อแน่นอน
- การขอสินเชื่อมีเงื่อนไข ขั้นตอน ไม่ยุ่งยาก
- มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ

(4) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่

- พนักงานมีประสบการณ์และความชำนาญทางด้านสินเชื่อ
- พนักงานมีกิริยา มารยาท การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
- พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ
- พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ

(5) ปัจจัยด้านสถานที่

- ธนาคารมีทำเลที่ตั้งใกล้บ้านและหรือใกล้ที่ทำงาน
- ธนาคารมีจำนวนสาขาที่ให้บริการทั่วถึง

(6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

- เลือกการกู้สินเชื่อมีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม
- เลือกการกู้สินเชื่อมีการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์
- ธนาคารมีของขวัญของชำร่วยแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษ
- ธนาคารได้มีโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ

(7) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่

- ธนาคารมีอุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ
- ธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี
- ธนาคารมีชื่อเสียง ฐานะ ความมั่นคง ของธนาคาร
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ด้านราคา (Price)
- ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
- ด้านบุคลากร (Personnel)
- ด้านสถานที่ (Place)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ รวบรวม บทความ เอกสาร รายงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ก่อนแล้วหรืองานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์ อีกทั้งจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย(ข้อมูลสถิติ) สินเชื่อของสาขานาการกสิกรไทยในเขต 31 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 240 ราย ประกอบด้วย ข้อมูลในส่วนเกี่ยวกับสถานประกอบการและข้อมูลพฤติกรรมของการลูกค้าใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2) **วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล** คือ ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำเสนอเป็นอธิบายถึงลักษณะข้อมูลที่เก็บได้ นำเสนอวิธีตารางการแจกแจงค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำลักษณะข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคารออมมาเรียงลำดับค่าร้อยละ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคารออมซึ่งเป็นลูกค้ากับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1) **ข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษา** คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากเก็บแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคารออมของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 240 ราย ซึ่งเป็นส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการต่างๆ ของสินเชื่อบริษัทธนาคารออมตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่างๆ ของสินเชื่อบริษัทธนาคารออมของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกผู้ใช้บริการออกเป็น 3 กลุ่ม ตามความถี่ของจำนวนวงเงินกู้สินเชื่อบริษัทธนาคารออมที่ได้รับการอนุมัติ ดังนี้ กลุ่มที่ได้รับวงเงิน ต่ำกว่า 1,000,000 บาท กลุ่มที่ได้รับวงเงิน 1,000,000 – 3,000,000 บาท และกลุ่มที่ได้รับวงเงินมากกว่า 3,000,000 บาท โดยให้ผู้ใช้บริการเรียงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งการวัดเป็น 4 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ค่าคะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มีความสำคัญ	0

ทำการรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยที่ได้ และนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ในแต่ละปัจจัยจากนั้นนำ

ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 มาจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด และทำการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
2.51 – 3.00	สำคัญมาก
1.51 – 2.50	สำคัญปานกลาง
0.51 – 1.50	สำคัญน้อย
0.00 – 0.50	ไม่มีสำคัญ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมซึ่งเป็นลูกค้ากับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามของลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมกับธนาคารกสิกรไทยเขตอำเภอเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 240 ราย ซึ่งเป็นส่วนของความพึงพอใจของผู้ประกอบการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมซึ่งเป็นลูกค้ากับธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

กำหนดให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมซึ่งเป็นลูกค้าตอบแบบสอบถาม เพื่อเรียงลำดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม โดยมีลำดับ 1 ถึง 3 โดยลำดับที่ 1 มีคะแนนเท่ากับ 3 ลำดับที่ 2 มีคะแนนเท่ากับ 2 ลำดับที่ 3 มีคะแนนเท่ากับ 1 และลำดับที่ไม่ได้เลือกมีคะแนนเท่ากับ 0 แสดงได้ดังนี้

ลำดับของความพึงพอใจ	คะแนนที่ให้
1	3
2	2
3	1
ลำดับที่ไม่ได้เลือก	0

ทำการวิเคราะห์คะแนนรวมของแต่ละลำดับ จัดเรียงลำดับของความพึงพอใจ (Ranking) ที่ได้ จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยปัจจัยข้อที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลย่นมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากที่สุด