

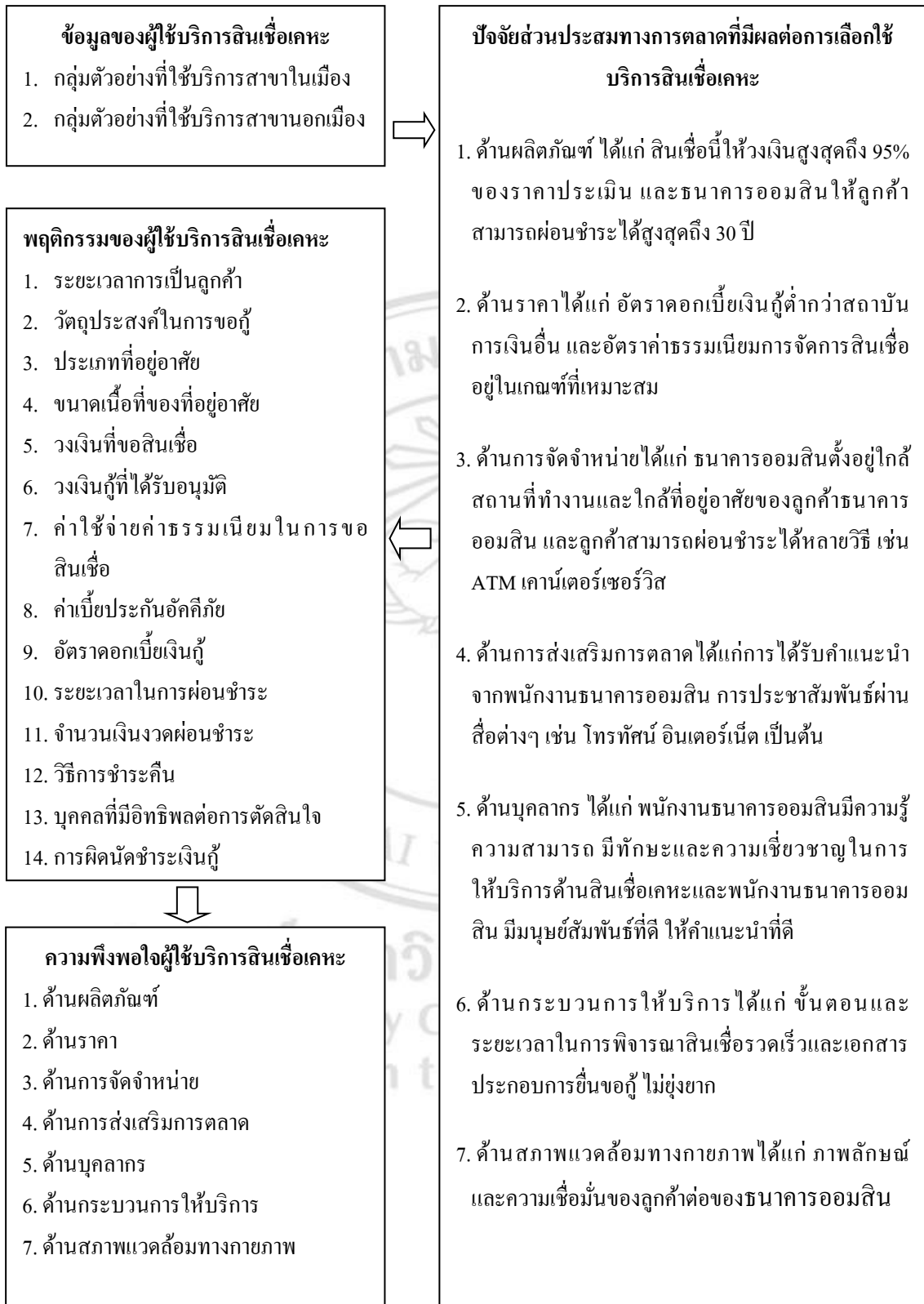
บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 จำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในเมืองและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขานอกเมือง โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านราคา 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า วัตถุประสงค์ในการขอกู้ ประเภทที่อยู่อาศัย ขนาดเนื้อที่ของที่อยู่อาศัย วงเงินที่ขอสินเชื่อ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระ วิธีการชำระคืน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการผัดผ่อนชำระเงินกู้ นอกจากนี้ยังศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 และได้รับอนุมัติแล้วตั้งแต่เริ่มมีการให้บริการสินเชื่อจนถึง ธันวาคม 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 6,114 คน (ตารางที่

3.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนกำหนดไว้ที่ 0.06

ดังนั้น n มีค่าดังนี้

$$n = \frac{6,114}{1+6,114 (0.06)^2}$$

$$n = 256 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 สาขาในเมืองมีจำนวน 133 คน ประกอบด้วยสาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 83 คน สาขาบวศรทลวง จำนวน 38 คน สาขามีโชคพลาซ่า จำนวน 12 คน และสาขานอกเมือง จำนวน 167 คน ประกอบด้วย สาขาซอยสะเก็ด จำนวน 47 คน สาขาสันกำแพง จำนวน 31 คน สาขาสันทราย จำนวน 53 คน สาขาแม่ใจ จำนวน 22 คน สาขาบ่อสร้าง จำนวน 9 คน และสาขาสามแยกสันทรายจำนวน 5 คน (ตารางที่ 3.1) โดยจะทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่สาขาของธนาคารออมสินในเขตเชียงใหม่ 2

สงวนลิขสิทธิ์โดย เชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

	ประชากรที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะ		กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (คน)
	จำนวนลูกค้า (คน)	สัดส่วน (%)	
1. สาขาในเมือง			
1.1 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	1,707	27.9	83
1.2 บวกรรทรวง	774	12.6	38
1.3 มีโชคพลาซ่า	236	3.9	12
รวมสาขาในเมือง	2,717	44.4	133
2. สาขานอกเมือง			
2.1 ดอยสะเก็ด	955	15.6	47
2.2 สันกำแพง	626	10.2	31
2.3 สันทราย	1,074	17.6	53
2.4 แม่โจ้	444	7.3	22
2.5 บ่อสร้าง	190	3.1	9
2.6 สามแยกสันทราย	108	1.8	5
รวมสาขานอกเมือง	3,397	55.6	167
รวมเขตเชียงใหม่ 2	6,114	100	300

ที่มา : ธนาคารออมสินภาค 8,2557

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินในเขตเชียงใหม่ 2 เช่น ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินในเขตเชียงใหม่ 2 และพฤติกรรมรวมถึงความพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินในเขตเชียงใหม่ 2

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย ข้อมูลจากรายงานทางการเงินของธนาคารออมสิน เช่น เงินให้สินเชื่อเคหะและเงินให้สินเชื่อรวมทั้งประเทศของธนาคารออมสิน ปี 2551 – 2555 จำนวนลูกค้าและจำนวนเงินให้สินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ปี 2554 – 2556

ข้อมูลจากหนังสือคำสั่งของธนาคารออมสิน เรื่องหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีปฏิบัติของธนาคารออมสินในการให้สินเชื่อเคหะ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ รายงานการค้นคว้าอิสระจากห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดจนข้อมูลที่มีการเผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาประกอบการศึกษา

3.4 วิธีการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตเชียงใหม่ 2 ในครั้งนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินเชื่อนี้ให้วงเงินกู้สูงถึง 95% ของราคาประเมินลูกค้าสามารถกู้เพิ่มได้อีก 5% ของราคาซื้อขาย ในกรณีซื้อบ้านในโครงการที่ธนาคารออมสินสนับสนุนธนาคารออมสินมีการเสนอเพิ่มและเปลี่ยนวงเงินกู้ให้แก่ลูกค้าในกรณีที่เป็นลูกค้าชั้นดี ไม่เป็นลูกหนี้ค้างชำระลูกค้าสามารถกู้เพิ่มเพื่อชำระค่าเบี่ยประกันเต็มจำนวน และธนาคารออมสินให้ลูกค้าสามารถผ่อนชำระได้สูงสุดถึง 30 ปี

2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น โดยปัจจุบันธนาคารออมสินมีอัตราดอกเบี้ยให้เลือก 2 แบบคือ แบบที่ 1 ปีที่ 1 = 1.25% ปีที่ 2 MLR - 1.75% หลังจากนั้นเป็นต้นไป = MLR - 0.50% และแบบที่ 2 ปีที่ 1-3 = 4.5% หลังจากนั้นเป็นต้นไป = MLR - 0.50% และอัตราค่าธรรมเนียมการจัดการสินเชื่อ และอัตราค่าประเมินหลักทรัพย์อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมโดยธนาคารออมสินเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากวงเงินที่อนุมัติให้แก่ลูกค้า

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ธนาคารออมสินตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานของลูกค้า ธนาคารออมสินตั้งอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยของลูกค้า ธนาคารออมสินมีจำนวนสาขาที่เปิดให้บริการทางด้านสินเชื่อทั่วประเทศ อาคาร สถานที่ของธนาคารออมสินกว้างขวาง และที่จอดรถมีเพียงพอต่อการบริการลูกค้า สามารถผ่อนชำระได้หลายวิธี เช่น ATM ตัดผ่านบัญชีอัตโนมัติ ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และผ่านเคาน์เตอร์สาขาของธนาคารออมสิน

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคารออมสิน ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการจัดการสินเชื่อและเสนออัตราดอกเบี้ยแบบพิเศษให้แก่ลูกค้าที่มาติดต่อขอกู้เงิน ในงานที่ธนาคารออมสินเข้าร่วม เช่น งานมหกรรมการเงิน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และธนาคารออมสินให้สิทธิพิเศษแก่

พนักงานในหน่วยงานต่างๆทั้งข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานหน่วยงานเอกชนที่ธนาคารออมสินมีการทำบันทึกข้อตกลงไว้ เช่น ได้รับอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าปกติ

5. ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานธนาคารออมสินมีความรู้ความสามารถ มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการและการบริการที่ดีของพนักงานธนาคารออมสิน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้คำแนะนำที่ดี

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ขั้นตอนและระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อ รวดเร็วและเอกสารประกอบการยื่นขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก มีการแจ้งผลอนุมัติและจัดทำนิติกรรมสัญญา การ จำนอง และการติดตามผลหลังจ่ายเงินกู้แล้ว

7. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อของธนาคารออมสิน โดยธนาคารได้มีการปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ทันสมัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากอันดับ 1 ถึงอันดับ 7 โดยให้คะแนนของความสำคัญดังนี้

อันดับที่	คะแนน
1	7
2	6
3	5
4	4
5	3
6	2
7	1

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเคหะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในเมืองและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขานอกเมืองจำแนกตามอาชีพและรายได้ โดยใช้สถิติค่า t (t-test)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน วัตถุประสงค์ในการขอกู้ประเภทที่อยู่อาศัย ขนาดเนื้อที่ของที่อยู่อาศัย วงเงินที่ขอสินเชื่อ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ค่าใช้จ่ายต่างๆ

ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระ วิธีการชำระคืน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการผัดผ่อนชำระเงินกู้ หัวข้อนี้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตเชียงใหม่ 2 ทำการวิเคราะห์โดยให้ค่าคะแนน คือการกำหนดให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ แบบมาตราส่วนประมาณค่า ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยแยกระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีกรให้คะแนนในระดับต่างๆ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและทำแปลผลระดับคะแนนเฉลี่ย โดยเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.0 – 1.50	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อเคหะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในเมืองและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขานอกเมืองจำแนกตามอาชีพและรายได้ โดยใช้สถิติค่า t (t-test)