



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาและสำรวจตัวแปรในปรากฏการณ์และค้นหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยการศึกษาครั้งนี้ มีแนวทางการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับคนวัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานครที่ทำงานในหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีบัตรเครดิต เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่ทำงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน หรือประกอบธุรกิจอิสระ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 24 – 35 ปี และเป็นผู้ถือบัตรเครดิตทั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 924,980 คน (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2544)

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ ใช้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการคำนวณจากจำนวนการคาดประมาณประชากรของกรุงเทพมหานครปี 2543 ด้วยสูตร

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

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องศึกษา

P = สัดส่วนประชากรที่กำหนดจะสุ่ม

z = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ จุดใดจุดหนึ่งที่สอดคล้องกับนัยสำคัญ
(ในที่นี้ใช้ค่านัยสำคัญ 0.05 ฉะนั้นจะได้ค่า $z = 1.96$)

e = ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (ในที่นี้ใช้ร้อยละ 5 ฉะนั้นค่า $e = 0.05$)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 924,980 คน

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าวจะได้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 368.64 คน ฉะนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) คือ

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มวัยทำงานตอนต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งพาณิชยกรรมในเขตกรุงเทพ ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท สำนักงานหรือสถานที่ทำงานต่างๆมากกว่าแหล่งอื่นๆ จึงคาดได้ว่าน่าจะเป็นที่รวมของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นจำนวนมาก ทั้งนี้จากแผนที่แสดงการใช้ที่ดินในเขตกรุงเทพมหานคร (2539) ได้กำหนดพื้นที่พาณิชยกรรมไว้ 16 เขตดังนี้ คือ

- | | | |
|----------------|-------------------------|----------------|
| 1. เขตบางรัก | 2. เขตบางเขน | 3. เขตบางกะปิ |
| 4. เขตปทุมวัน | 5. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | |
| 6. เขตพระโขนง | 7. เขตสัมพันธวงศ์ | 8. เขตพญาไท |
| 9. เขตธนบุรี | 10. เขตห้วยขวาง | 11. เขตคลองสาน |
| 12. เขตยานนาวา | 13. เขตจตุจักร | 14. เขตคลองเตย |
| 15. เขตราชเทวี | 16. เขตลาดพร้าว | |

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ใช้วิธีจับสลากเพื่อเลือกสถานที่ที่จะเก็บข้อมูล โดยเลือกมาครั้งหนึ่งของทั้งหมดคือ 8 เขต ได้แก่

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. เขตจตุจักร | 2. เขตพญาไท | 3. เขตคลองเตย |
| 4. เขตยานนาวา | 5. เขตบางรัก | 6. เขตปทุมวัน |
| 7. เขตลาดพร้าว | 8. เขตบางเขน | |

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและได้ทำการเก็บข้อมูลในสถานที่ทำงานของเขตต่างๆ ทั้งหมด 8 เขต เขตละ 50 ชุด ที่คัดเลือกมาจนครบรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยมีรายละเอียดในการเก็บข้อมูลดังนี้

1. เขตจตุจักร : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคาร ไทยพาณิชย์ พาร์คพลาซ่า

2. เขตพญาไท : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารเอส พี ถนนพหลโยธิน
3. เขตคลองเตย : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารเอ็ม โฟเรียมทาวเวอร์
4. เขตยานนาวา : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารสารชิตี ทาวเวอร์
5. เขตบางรัก : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารสาทรธานี
6. เขตปทุมวัน : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารสยามดิศคัพเวอร์ ทาวเวอร์
7. เขตลาดพร้าว : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่อาคารอาร์ เอส โปรโมชั่น
8. เขตบางเขน : แจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ จำแนกออกเป็น ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในแต่ละสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางประชากรสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ตัวแปรอิสระ - ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ

ตัวแปรตาม - เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ตัวแปรอิสระ - การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต

ตัวแปรตาม - เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ตัวแปรอิสระ - การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต, ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม - เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ เป็นการใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ได้แก่ เหตุผลในด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร, เหตุผลในด้านรูปลักษณ์ของบัตร, เหตุผลด้านคุณสมบัติของบัตร และเหตุผลในการส่งเสริมการขาย

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต ได้แก่ สื่อและช่องทางอื่น ๆ ที่คนวัยทำงานได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร ฯลฯ

เกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะทางประชากร

1. รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

2.1	15,000 – 20,000 บาท	ได้	1	คะแนน
2.2	20,001 – 25,000 บาท	ได้	2	คะแนน
2.3	25,001 – 30,000 บาท	ได้	3	คะแนน
2.4	30,001 บาทขึ้นไป	ได้	4	คะแนน

2. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

3.1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ได้	1	คะแนน
3.2	ปริญญาตรี	ได้	2	คะแนน
3.3	ปริญญาโท	ได้	3	คะแนน
3.4	ปริญญาเอก	ได้	4	คะแนน

2. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อมวลชน ได้แก่

2.1 สื่อนิตยสารพิมพ์

2.2 สื่อวิทยุ

2.3 สื่อโทรทัศน์

ระดับการวัด วัดได้จากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต โดยวัดออกมาเป็นคะแนน ดังนี้

▪ ทุกวัน	ได้	2	คะแนน
▪ 2-5 วัน/ครั้ง	ได้	1	คะแนน
▪ มากกว่า 5 วัน/ครั้ง หรือไม่เคยเลย	ได้	0	คะแนน

2.4 สื่อนิตยสารและวารสาร

ระดับการวัดวัดได้จากความบ่อยครั้งในการติดต่อพูดคุยเกี่ยวกับบัตรเครดิต โดยวัดออกมาเป็นคะแนน ดังนี้

▪ 5 ครั้ง/เดือน	ได้	2	คะแนน
▪ 1-4 ครั้ง/เดือน	ได้	1	คะแนน
▪ มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง หรือไม่เคยเลย	ได้	0	คะแนน

3. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

3.1 สื่ออินเทอร์เน็ต

3.2 สื่อจดหมาย (Direct Mail)

3.3 สื่อแผ่นพับ

3.4 สื่อโปสเตอร์

3.5 สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง

3.6 สื่อป้ายรถประจำทาง

3.7 สื่อตัวถังรถไฟฟ้า (BTS)

ระดับการวัด วัดได้จากความบ่อยครั้งในการพบเห็นข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต โดยวัดออกมาเป็นคะแนน ดังนี้

▪ ทุกวัน	ได้	2	คะแนน
▪ 2-5 วัน/ครั้ง	ได้	1	คะแนน
▪ มากกว่า 5 วัน/ครั้งหรือไม่เคยเลย	ได้	0	คะแนน

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

เพื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อระบุความมากหรือน้อยของคำตอบต่าง ๆ โดยได้กำหนดแนวคำตอบเป็น 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มคะแนนค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.00 – 0.66 หมายถึง การเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
 - กลุ่มคะแนนค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.67 – 1.33 หมายถึง การเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
 - กลุ่มคะแนนค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.34 – 2.00 หมายถึง การเปิดรับข่าวสารในระดับสูง
- เกณฑ์การจัดลำดับความสัมพันธ์ คือ
- กลุ่มคะแนนที่มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.01 – 0.33 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
 - กลุ่มคะแนนที่มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.34 – 0.68 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 - กลุ่มคะแนนที่มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.69 ขึ้นไป หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

หลังจากทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จะใช้ศึกษาไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรงแล้วนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง
2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 24-35 ปี จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามผู้วิจัยต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (α) จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for PC. ได้ผลการทดสอบดังนี้
 - เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ได้ค่าความเชื่อถือได้ 0.73
 - การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต ได้ค่าความเชื่อถือได้ 0.75

ซึ่งแสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered) แต่ถ้าในกรณีกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถกรอกแบบสอบถามได้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสอบถามตามแบบสอบถาม และบันทึกข้อมูลลงในแบบสอบถาม โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน คือ เดือน มีนาคม ปี พ.ศ. 2545

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผู้วิจัยวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแสดงการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ, ระดับอายุ, ระดับการศึกษา, ระดับรายได้, อาชีพ, เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อชนิดต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- การทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ใช้สถิติการคำนวณโดยหาค่าความแตกต่าง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) ตามแต่กรณี เพื่อทราบว่า ผู้มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมี เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตแตกต่างกันหรือไม่

- การทดสอบสมมติฐานที่ 2

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจเลือก
ใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน โปรดัคส์ โมเมนต์
(Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ
คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต กับตัวแปรตาม คือ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตร
เครดิต

- การทดสอบสมมติฐานที่ 3

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต สามารถอธิบายการเหตุผลในการตัดสินใจเลือก
ใช้บัตรเครดิตได้ดีที่สุด

ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบ
ว่าตัวแปรใดสามารถอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตได้ดีที่สุด

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่ต้องการแล้ว จะนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)