

บทที่ 3

ระเบียบ วิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลา การเป็นลูกค้า และใน ส่วนที่ 2 ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสิน โดยใช้ด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กร บริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และค่าผลตอบแทน

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษลูกค้านานาชาติออมสินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กับปัจจัยการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้านานาชาติออมสินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน ดังรูป 3.1

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ
ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า



การออมเงิน

1. พฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
2. วัตถุประสงค์ในการออม
3. การเลือกประเภทในการออมโดยสลากออมสินพิเศษ



ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ
โดยใช้ด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กร บริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านส่งเสริมการขาย
5. ด้านพนักงาน
6. ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ
7. ด้านกระบวนการให้บริการ



การซื้อสลากออมสินพิเศษ



การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสิน



การคำนวณมูลค่าปัจจุบัน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มโดยแบ่งตามสาขาของธนาคารออมสิน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บสาขาละ 30 ตัวอย่าง จำนวน 12 สาขา รวมทั้งสิ้น 360 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการกระจายตัวของข้อมูลโดยให้แต่ละสาขาเป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการเก็บตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช่หลักความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) และสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งจะแบ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร ดังตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 : จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อสลากออมสินแยกตามสาขาของธนาคารออมสิน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อโรงเรียน	กลุ่มตัวอย่าง
ธนาคารออมสิน สาขาเชียงใหม่	30
ธนาคารออมสินสาขาเขตเชียงใหม่	30
ธนาคารออมสิน สาขาหนองหอย	30
ธนาคารออมสินสาขา ย่อย เซ็นทรัล แอร์พอร์ต เชียงใหม่ 2 ชั้น G	30
ธนาคารออมสินสาขา มีโชคพลาซ่า	30
ธนาคารออมสิน สาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	30
ธนาคารออมสิน สาขาภาค 8	30
ธนาคารออมสิน สาขาประตูช้างเผือก	30
ธนาคารออมสิน สาขาบวกรกหลวง	30
ธนาคารออมสิน สาขานิมนานเหมินทร์	30
ธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ	30
ธนาคารออมสิน สาขาทิพย์เนตร	30
รวม	360

3.3 วิธีการศึกษา

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากลูกค้าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

รวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลา การเป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสิน โดยใช้ด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กร บริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

โดยคำถามที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน
2. ความน่าจะเป็นที่จะมีโอกาสถูกรางวัล
3. ความสามารถกำประกันการกู้เงินได้
4. ความสามารถไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ เป็นต้น

ด้านราคา

1. สลากออมสินพิเศษราคาหน่วยละ 50 บาท และหน่วยละ 100 บาท
2. ผลตอบแทนเมื่อถือสลากครบกำหนดมีค่าเท่ากับ 2.75 บาทต่อหน่วย และ 10.50 บาทต่อหน่วย
3. ผลตอบแทนโดยรวมสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน
4. ความเหมาะสมของจำนวนเงินที่ถูกหักในกรณีถอนสลากก่อนถึงอายุครบกำหนดเป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. สามารถซื้อสลากออมสินได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ
2. การซื้อสลากออมสินพิเศษโดยผ่านระบบ Internet
3. การรับรางวัล ผู้ฝากสามารถขอรับรางวัลได้ที่สาขาใดก็ได้ทั่วประเทศ
4. การรับรางวัลสลากออมสินพิเศษสามารถ โอนเงินรางวัลเข้าบัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ได้ อาทิ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ เป็นต้น

ด้านส่งเสริมการตลาด

1. พนักงานออมสินเป็นผู้ชักชวนให้ซื้อสลากออมสินพิเศษ
2. การโฆษณาสลากออมสินพิเศษผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา วิทยุ อินเทอร์เน็ต
3. การแจกของขวัญพิเศษเมื่อซื้อสลากออมสินในแต่ละครั้ง
4. ออกนุชเพื่อแสดงผลสัมฤทธิ์ของธนาคารออมสินและประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ เป็นต้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสินได้เป็นอย่างดี
2. ได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อสลากออมสินพิเศษ
3. มีพนักงานให้บริการสอบถามด้านรางวัลสลากออมสิน
4. เอกสารประกอบที่ใช้ในการซื้อสลากออมสินพิเศษมีเพียงสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน เป็นต้น

ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ

1. รูปแบบสลากสวยงามมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ
2. ภายในสาขามีเคาน์เตอร์บริการเพียงพอสะดวกสำหรับบริการลูกค้า
3. ภายในสาขามีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย
4. มีการจัดงานสลากออมสินสัญจรตามภูมิภาคต่างๆ มีการออกรางวัลและจำหน่ายสลาก
พร้อมกันไปด้วย เป็นต้น

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

1. จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีเพียงพอ
2. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน
3. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค
4. พนักงานมีความรู้ความสามารถและ ความชำนาญ เป็นต้น

ด้านประสิทธิภาพการให้บริการ

1. ความรวดเร็วในการให้บริการ
2. การให้บริการไม่เกิดข้อผิดพลาด
3. ช่องทางการบริการมีหลากหลาย
4. การปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่ซื้อสลากออมสิน เป็นต้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไป จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามขั้นตอนดังนี้

2.1 การวัดระดับการให้ความสำคัญของคำถามแบบประมาณค่า (Rating scale) (คุณทลี,2551) โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) วัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ

ระดับคะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

2.2 คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ระดับความสำคัญ
4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสิน โดยใช้สถิติไคสแควร์(chi square test) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อสลากออมสิน

4. คำนวณมูลค่าปัจจุบัน

สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้

1. เพศ

H0 : เพศที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าไม่แตกต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าแตกต่างกัน

2. สถานภาพ

H0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าแตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าแตกต่างกัน

4. อาชีพ

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า แตกต่างกัน

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิสระต่อปัจจัยการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า แตกต่างกัน