

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิด

การศึกษาคำเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรมี 2 กลุ่มคือ 1) ลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ 2) ลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทประกันของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทำการเลือกมาจากรวมทั้งสิ้น 400 ราย โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มลูกค้ำที่ซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ 2) กลุ่มลูกค้ำ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทประกันของคนไทย โดยเก็บตัวอย่างกลุ่มละ 200 รายในแต่ละกลุ่ม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย(Simple Random Sampling)ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรรมธรรม์ของบริษัทเอไอเอจะต้องไม่ซื้อกรรมธรรม์ของบริษัทประกันของคนไทย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ

1) ข้อมูลปฐม ภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมมาจากการ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนที่สำคัญคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทเอไอเอหรือบริษัทประกันของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทเอไอเอหรือบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ วิธีเลือกการทำประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการทำประกันชีวิต เหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบประกันที่เลือกซื้อ วงเงินเอาประกันชีวิต จำนวนเบี้ยประกันที่ต้องจ่ายต่อปี ความต้องการในการทำประกันชีวิตเพิ่ม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอหรือบริษัทของคนไทยของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ด้าน

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เป็นแบบประกัน ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ำ , มีแบบประกันที่หลากหลาย , บริษัทให้ความคุ้มครองทั่วถึง, สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ตได้ ผลตอบแทนสูงกว่าบริษัทประกันอื่น ๆ

- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่บริษัทมีความมั่นคงทางการเงิน , จ่ายเบี่ยน้อยได้รับความคุ้มครองมาก,สามารถนำเบี่ยประกันไปลดหย่อนภาษีเงินได้ , สามารถเลือกวงเงินประกันภัยได้ตามฐานะทางการเงิน, เบี่ยประกันเหมาะสมกับรูปแบบของกรรมธรรม์ต่าง ๆ
- ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สามารถติดต่อในการซื้อกรรมธรรม์ง่าย, มีที่จอดรถสะดวกสบาย, สามารถเดินไปใช้บริการโดยไม่ต้องใช้พาหนะ, สามารถใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สามารถชำระเบี่ยประกันผ่านธนาคารได้, มีบริการลูกค้าสัมพันธ์ เช่น Call Center สายคุณภาพชีวิต ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ฯลฯ, มีบริการส่งข่าวสารของบริษัททางจดหมาย, การโฆษณาของบริษัท เช่น โทรทัศน์ ป้ายประกาศ ฯลฯ , มีการร่วมลุ้นรางวัลต่าง ๆ เช่น ทองคำ เสื้อผ้า ฯลฯ
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากร ได้แก่ ตัวแทนบริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มเป็นกันเองกับลูกค้า , มีตัวแทนบริการหลังการขายกรรมธรรม์ , มีความรวดเร็วในการอนุมัติกรรมธรรม์ประกันชีวิต , มีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบโทรศัพท์ , มีความรวดเร็วในการเคลมประกัน

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อกรรมธรรม์ โดยให้ตอบแบบสอบถามระดับความพึงพอใจต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอหรือบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่โดยแบ่งเป็น 5 ด้านประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการให้บริการ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจาก กรรมการประกันภัย และสมาคมประกันชีวิตไทย ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการค้นคว้าจากเอกสาร รายงาน และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการค้นคว้าต่อไป

3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

- 1) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบไปด้วย

1.1) ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ได้แก่ วิธีเลือกการทำประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการทำประกันชีวิต เหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต แบบประกันที่เลือกซื้อ วงเงินเอาประกันชีวิต จำนวนเบี้ยประกันที่ต้องจ่ายต่อปี ความต้องการในการทำประกันชีวิตเพิ่ม

2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูล ทั่วไป ที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะข้อมูลที่ได้และนำเสนอข้อมูลเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ของลูกค้ำที่เลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของบริษัทเอไอเอ กับบริษัทประกันของคนไทยใช้สถิติทดสอบคือ ไค-สแควร์ (Chi - square Test)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ

1) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ในด้านต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายนอกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านกระบวนการและบุคลากร

2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม เพื่อเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทยของลูกค้ำในจังหวัดเชียงใหม่โดยลำดับที่ 1 มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต มาก ลำดับที่ 2 มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ปานกลาง ลำดับที่ 3 มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกัน

ชีวิต น้อย ลำดับที่ไม่ได้เลือกแสดงว่าไม่มีความสำคัญต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต แสดงลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

ลำดับความสำคัญ	คะแนน
1 = มีความสำคัญมาก	3
2 = มีความสำคัญปานกลาง	2
3 = มีความสำคัญน้อย	1
ไม่มีความสำคัญ	0

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัย จากนั้นนำคะแนนรวมที่ได้มาทำการจัดเรียงลำดับโดยปัจจัยใดมีคะแนนมากที่สุดให้มีความสำคัญลำดับหนึ่ง

วัตถุประสงค์ ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

1.) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต โดยให้ตอบแบบสอบถามระดับความพึงพอใจต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านสถานที่
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากร

2.) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการใช้มาตราส่วนแบบลิเคอท์ (Likert Scale) กำหนดระดับคะแนนเป็น 4 ระดับ ได้แก่มีความพึงพอใจมาก มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจน้อย และไม่พึงพอใจ โดยใช้ผลเป็นค่าเฉลี่ย ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีระดับความพึงพอใจดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ความพึงพอใจมาก	4
ความพึงพอใจปานกลาง	3
ความพึงพอใจน้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

เมื่อเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยจากนั้นนำคะแนนรวมที่ได้มาทำการจัดเรียงลำดับโดยปัจจัยใดมีคะแนนมากที่สุดให้ความพึงพอใจมากที่สุด จากนั้น เอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับความพึงพอใจมากขึ้นหรือน้อยจากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
3.50 – 4.00	ความพึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	ความพึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	ความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	ไม่พึงพอใจ