

### บทที่ 3

#### ระเบียบและวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษา ประชากร ขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย และรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคล โดยศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค ประกอบด้วยสื่อที่เลือกเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นของกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคลของผู้บริโภค และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ทำประกันชีวิตส่วนบุคคลทั้งสำหรับตนเอง และครอบครัว ในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ที่อาศัยหรือทำงานหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แท้จริง จึงใช้จำนวนประชากรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 77,966 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2550: ออนไลน์) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยการใช้สูตรของ Taro Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% สามารถคำนวณได้ดังนี้

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

เมื่อ N คือจำนวนประชากรทั้งหมด = 77,966 คน

e คือความคลาดเคลื่อน = 0.05

n คือจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้

$$\begin{aligned} \text{จะได้ว่า } n &= \frac{77,966}{1 + (0.05)^2(77,966)} \\ &= 398 \text{ ราย} \end{aligned}$$

เพื่อการกระจายการเก็บตัวอย่างตามศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต 6 แห่ง อย่ง  
ละเท่า ๆ กัน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงได้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการ  
สุ่มตัวอย่างแบบการจัดสรรโควตา (Quota Sampling) สำหรับศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต ดังนี้

1. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า	จำนวน 100 ราย
2. ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว	จำนวน 100 ราย
3. ห้างคาร์ฟูร์	จำนวน 50 ราย
4. ห้างบิ๊กซี สาขาดอนจั่น	จำนวน 50 ราย
5. ห้างเทสโก้โลตัส สาขาตลาดคำเที่ยง	จำนวน 50 ราย
6. ห้างเทสโก้โลตัส สาขาหางดง	จำนวน 50 ราย
รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย	

โดยสอบถามเฉพาะผู้ที่ทำประกันชีวิตส่วนบุคคลทั้งสำหรับตนเอง และครอบครัว  
ในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ที่อาศัยหรือทำงานหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### 3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง  
จำนวน 400 ราย ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคล  
ทั้งสำหรับตนเองและครอบครัว ในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)  
เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร  
ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานการวิจัยและบทความของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐและ  
เอกชน รวมทั้งการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิเพื่อการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม  
ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยหรือทำงานอยู่

ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคลทั้งสำหรับตนเองและครอบครัว ในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนประกันชีวิตส่วนบุคคลที่ซื้อ บริษัทที่ทำประกันชีวิตส่วนบุคคล รูปแบบการประกันชีวิตส่วนบุคคลที่ทำ การชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต ค่าเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับ และความถี่ในการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ตั้งแต่ขั้นการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation) การซื้อ (Purchasing) การบริโภคอุปโภคสินค้า (Consumption) และประเมินผลหลังซื้อ (Post-purchase Alternative Evaluation) โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคลของผู้บริโภค เป็นคำถามที่ใช้วัดผลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้ (อุทิศย์ แก้วบุญเรือง และคณะ, 2543 : 17)

มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

จากการให้คะแนนข้อมูลในระบบ Rating Scale เมื่อนำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย จะมีค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 คะแนน และค่าคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวมีความหมายแทนสื่อแต่ละชนิดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนบุคคลของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย โดยการแบ่งอันตรภาคชั้น ออกเป็น 5 ชั้น และให้ทุกอันตรภาคชั้นมีความกว้างเท่าๆกัน (ชั้นละ 0.80) ตามหลักวิชาสถิติพื้นฐานเบื้องต้น (อุทิศย์ แก้วบุญเรือง และคณะ, 2543 : 17)

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

### 3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้จะทำการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูลจาก ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ห้างคาร์ฟูร์ ห้างบิ๊กซีสาขาดอนจั่น ห้างเทสโก้โลตัส สาขาตลาดคำเที่ยง ห้างเทสโก้โลตัสสาขาหางดง และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 19 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในช่วงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2552