

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองลำปาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน)ในอำเภอเมืองลำปางคือ ลูกค้ำที่ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองลำปาง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554 โดยคัดเลือกจากสาขาที่มีจำนวนลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตจำนวนมากเรียงตามลำดับ จากจำนวนทั้งหมด 10 สาขา ในอำเภอเมืองลำปาง รวมลูกค้ำทั้งสิ้น 687 ราย (กรุงเทพประกันชีวิต, 2554)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษารั้งนี้ จากลูกค้ำทั้งสิ้น 687 ราย เป็นฐานในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman (คุณทลี รื่นรมย์, 2551:187) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 250 ราย โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) เก็บข้อมูลแบบตามสะดวก โดยแบ่งสัดส่วนดังต่อไปนี้

สาขา	จำนวน (ลูกค้า)	จำนวนตัวอย่าง
1.ลำปาง	163	65
2.เกาะคา	130	45
3.เถิน	129	45
4.สบตุ๋ย	89	31
5.เมืองปาน	56	20
6. ถนนจักรไชย	50	18
7.บึงสี ลำปาง	27	10
8.เทศบาลโลดส์ ลำปาง	26	10
9.แลมปีเทค	9	3
10.วังชิ้น	8	3
<b>รวม</b>	<b>687</b>	<b>250</b>

### วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองลำปาง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 ถึง 31 มีนาคม 2555 จำนวน 250 ราย (กรุงเทพประกันชีวิต, 2554) จาก 10 สาขา

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วยด้านต่างๆ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมือง ลำปาง และส่วนที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

คะแนน	ระดับที่มีผล
5	ระดับมากที่สุด
4	ระดับมาก
3	ระดับปานกลาง
2	ระดับน้อย
1	ระดับน้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล
4.50 - 5.00	ระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับมาก
2.50 - 3.49	ระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	ระดับน้อย
1.00 - 1.49	ระดับน้อยที่สุด

### สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองลำปาง จำนวน 10 สาขา

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2555- ตุลาคม 2555



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved