

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันชีวิตต่อการบริการหลังการขายของตัวแทน บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นสันแชนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นสันแชนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3,912 ราย

จากจำนวนประชากรที่ใช้ศึกษารวม 3,912 ราย สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตารางกำหนดตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อน \pm ร้อยละ 5 พบว่าขนาดประชากร 4,000 ราย ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน (Herbert Askın and Raymond R. Colton, 1963) ดังนั้น จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 300 ราย

สำหรับวิธีสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และเจาะจงศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการหลังการขาย

3.1.2 ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้เอาประกันชีวิต ต่อการให้บริการหลังการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นสันแชนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาถึงคุณภาพการบริการ รวม 10 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาด้านบริการหลังการขาย ที่ผู้ใช้บริการพบหลังการทำประกันชีวิต

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากเอกสาร ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ ตลอดจนรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยจำแนกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการประกันชีวิต

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเพศ สถานภาพครอบครัว อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้โดยเฉลี่ย ต่อเดือน ระยะเวลาที่ทำประกันชีวิต บริษัทที่เลือกทำประกันชีวิต จำนวนบริษัทที่มีกรมธรรม์ประกันชีวิต ประเภทของกรมธรรม์ประกันชีวิต และการบริการหลังการขายเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น โดยคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก (Check Lists) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของตัวแทนในด้านต่าง ๆ

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ต่อการบริการหลังการขายของตัวแทนประกันชีวิต รวม 10 ด้าน ได้แก่ ด้าน การเข้าถึงผู้เอาประกัน การติดต่อสื่อสาร ความสามารถของบุคลากร ความมีน้ำใจของบุคลากร ความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต ความไว้วางใจ การตอบสนองผู้เอาประกัน ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า นอกจากนี้รวมทั้งด้านความพอใจในอัตราเบี้ยประกัน อัตราสินไหมทดแทน (Rate of Return) และความหลากหลายของชนิดกรมธรรม์ (Product Varieties) จำนวน 37 ข้อ โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหาด้านการบริการหลังการขายที่ผู้ใช้บริการพบหลังการทำประกันชีวิต

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบหลังการทำประกันชีวิต จำนวน 15 ข้อ โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีคำถามแบบปลายเปิดสำหรับใช้รวบรวมปัญหาอื่น ๆ และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 ข้อ

สำหรับการวัดระดับความคาดหวัง ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการ หลังการขายของตัวแทนประกันชีวิต และระดับปัญหาด้านการบริการหลังการขายที่กลุ่มตัวอย่างพบ หลังการทำประกันชีวิต ใช้มาตราวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) เนื่องจากคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูล เป็นแบบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด โดยในแต่ละระดับนั้น ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้ คือ

ระดับความคาดหวัง/ระดับความพึงพอใจ/ ระดับปัญหาด้านการบริการหลังการขาย	ระดับคะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

นอกจากนี้ได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลผล โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

ค่าเฉลี่ย	การแปลผลระดับความคาดหวัง/ระดับความพึงพอใจ/ ระดับปัญหาด้านการบริการหลังการขาย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด
1.50 – 2.49	น้อย
2.50 – 3.49	ปานกลาง
3.50 – 4.49	มาก
4.50 – 5.00	มากที่สุด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้วิธีนำเสนอข้อมูลในรูป ตารางข้อมูล

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 ถึงเดือนเมษายน 2546