

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ มีขอบเขตการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ถึง 15 พฤษภาคม 2553 โดยคัดเลือกจากสาขาที่มีจำนวนลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มากเรียงตามลำดับ จำนวน 15 สาขาจาก 24 สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 574 ราย (กรุงเทพประกันชีวิต, 2553) ดังต่อไปนี้

สาขา	จำนวน (ลูกค้า)	คิดเป็นสัดส่วน (%)
1.สันป่าข่อย	76	13
2.ถนนสุเทพ	61	11
3.ท่าแพ	57	10
4.ย่อยช่วงสิงห์	46	8
5.ศรีนครพิงค์	45	8
6.กาดสวนแก้ว	43	7
7.ถนนช้างคลาน	42	7

8.ประตูช้างเผือก	39	7
9.ประตูเชียงใหม่	30	5
10.ย่อยถนนนิมมานเหมินทร์	29	5
11.ย่อยหนองหอย	25	4
12.ตลาดมีโชค	23	4
13.ถนนเมืองสมุทร	23	4
14.แม่โจ้	22	4
15.ย่อยคาร์ฟูร์ เชียงใหม่	13	2
รวม	574	100

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ถึง 15 พฤษภาคม 2553 จำนวน 574 ราย (กรุงเทพประกันชีวิต, 2553) จาก 15 สาขา โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร = 574 ราย

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่ยอมให้เกิดขึ้น กำหนดให้ร้อยละ

5 เท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{574}{1 + 574(0.05)^2}$$

$$= 235 \text{ คน}$$

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ 250 ตัวอย่าง โดยแบ่งสัดส่วนดังต่อไปนี้

สาขา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	คิดเป็นสัดส่วน (%)
1.สันป่าข่อย	33	13
2.ถนนสุเทพ	27	11
3.ท่าแพ	25	10
4.ย่อยช่วงสิงห์	20	8
5.ศรีนครพิงค์	20	8
6.ภาคสวนแก้ว	19	7
7.ถนนช้างคลาน	18	7
8.ประตูช้างเผือก	17	7
9.ประตูเชียงใหม่	13	5
10.ย่อยถนนนิมมานเหมินทร์	14	5
11.ย่อยหนองหอย	11	4
12.ตลาดมีโชค	10	4
13.ถนนเมืองสมุทร	10	4
14.แม่โจ้	10	4
15.ย่อยคาร์ฟูร์ เชียงใหม่	6	2
รวม	250	100

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

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

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

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

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 15 สาขา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาตั้งเดือนมกราคม 2554 ถึงกันยายน 2554 ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือน

มิถุนายน - กรกฎาคม 2554



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved