

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีแผนดำเนินการและวิธีวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ ได้แก่ ผู้ที่ทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และทำประกันดังกล่าวกับบริษัท จีอี แคปปิตอล ออโต้ลีส จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ จากประชากร

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่ง ประกอบไปด้วย

1) ข้อมูลด้านบุคคล และพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประกอบด้วย

ข้อมูลด้านบุคคล

- เพศ
- อายุ
- เหตุผลที่ทำประกันภัยภาคสมัครใจ
- สถานภาพการสมรส
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลพฤติกรรม

- ค่าเบี้ยประกันภัย
- ทูนประกัน
- จำนวนครั้งที่ทำประกันภัยภาคสมัครใจ
- ชื่อเสียงของบริษัทประกันต่อการตัดสินใจทำประกันภัย

2) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แบ่งเป็น 5 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานที่ เช่น ความมั่นคงของบริษัทที่รับประกันภัย, ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ, สถานที่ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม,
2. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น พนักงานของบริษัทประกันภัยมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจจะให้บริการ, การบริการหลังการขายที่ประทับใจของ พนักงานของบริษัทประกันภัย, ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ,
3. ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกัน เช่น มีการระบุนทุนประกัน เงื่อนไขของการจ่ายเงินประกันภัยชัดเจน, เบี้ยประกันไม่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับทุนประกันที่จะได้รับ,
4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เช่น การจ่ายเงินทดแทนสินไหมให้กับผู้ประกัน เป็นไปอย่างรวดเร็ว, มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้, มีการให้บริการความช่วยเหลือด้านการรักษา กรณีเกิดเหตุ ตลอด 24 ชั่วโมง
5. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เช่น มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์, มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ส่งตรงถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ, มีการให้ส่วนลด และของแถม

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางราชการที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่และสรุปผลการดำเนินงาน บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง สำนักงานประกันภัยจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลการทำประกันภัยของบริษัท จีอี แคปิตอล จำกัด (มหาชน)

3.3 วิธีการศึกษา แยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านบุคคลของผู้ทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการศึกษาของลูกค้าได้แก่ ข้อมูลด้านบุคคล ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปตาราง

3.3.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ ค่าเบี้ยประกันภัย และทุนประกัน เป็นเครื่องชี้วัด

1) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลด้าน ค่าเบี้ยประกัน ทุนประกัน และข้อมูลด้านบุคคล

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล หากความถี่ ร้อยละและใช้วิธีทดสอบไค-สแควร์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดกลุ่มและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

3.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ

1) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูล 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำประกันภัย ได้แก่ ค่าเบี้ยประกัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ใช้ปัจจัยที่เป็นส่วนประสมทางการตลาด 5 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสถานที่ เช่น ความมั่นคงของบริษัทที่รับประกันภัย, ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ, สถานที่ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม,

2. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น พนักงานของบริษัทประกันภัยมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเต็มใจจะให้บริการ, การบริการหลังการขายที่ประทับใจของ พนักงานของบริษัทประกันภัย, ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ,

3. ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกัน เช่น มีการระบุทุนประกัน เงื่อนไขของการจ่ายเงินประกันภัยชัดเจน, เบี้ยประกันไม่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับทุนประกันที่จะได้รับ,

4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เช่น การจ่ายเงินทดแทนสินไหมให้กับผู้ประกัน เป็นไปอย่างรวดเร็ว , มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ , มีการให้บริการความช่วยเหลือด้านการรักษา กรณีเกิดเหตุ ตลอด 24 ชั่วโมง

5. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เช่น มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์, มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ส่งตรงถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ, มีการให้ส่วนลด และของแถม

2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยอันดับ 1 ความสำคัญมาก มีคะแนนเท่ากับ 3 คะแนน, อันดับ 2 สำคัญปานกลาง มีคะแนน เท่ากับ 2 คะแนน, อันดับ 3 สำคัญน้อย มีคะแนน เท่ากับ 1 คะแนน

ระดับความสำคัญ

ค่าคะแนน

ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก

มีคะแนนเท่ากับ 3 คะแนน

ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง

มีคะแนนเท่ากับ 2 คะแนน

ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย

มีคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัย จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย จากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง