

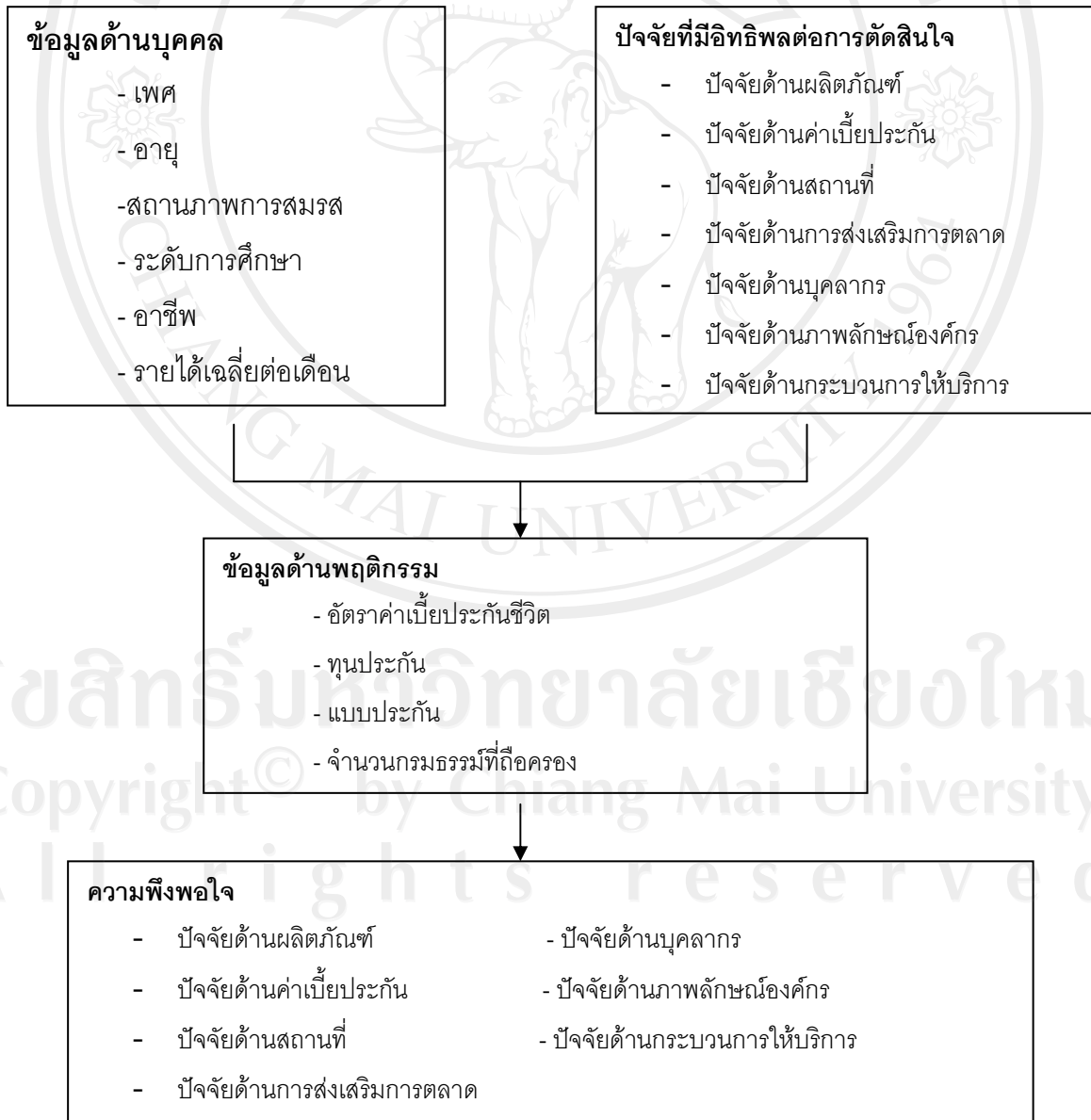
### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร โดยมีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

##### การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร



### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ กรุงไทย แอช่าประกันชีวิต ผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา โดยกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มด้วยวิธีบังเอิญจากลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 200 ราย

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ของกลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ประกอบด้วย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ข้อมูลด้านพฤติกรรม
- เพศ	- อัตราค่าเบี้ยประกันชีวิต
- อายุ	- ทุนประกัน
- สถานภาพการสมรส	- แบบประกันที่เลือกใช้
- ระดับการศึกษา	- จำนวนกรมธรรม์ที่เลือกใช้
- อาชีพ	
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	

2. ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร และความพึงพอใจของลูกค้า แบ่งเป็น 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานที่ เช่น ความมั่นคงของบริษัทที่รับประกัน, ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ, สถานที่ตกแต่งทันสมัย สะอาดและสวยงาม

2. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น พนักงานของบริษัทประกัน, พนักงานธนาคาร มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเต็มใจจะให้บริการ, การบริการหลังการขายที่ประทับใจของพนักงาน, ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

3. ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกัน เช่น มีการระบุทุนประกัน เงื่อนไขของการจ่ายเงินประกันที่ชัดเจน, เบี้ยประกันไม่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับทุนประกันที่ได้รับ

4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เช่น การจ่ายเงินทดแทนสินไหมให้กับผู้ประกันเป็นไปอย่างรวดเร็ว, มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้, มีการให้บริการความช่วยเหลือด้านการรักษา กรณีเกิดเหตุ ตลอด 24 ชั่วโมง
5. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เช่น มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์, มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ส่งตรงถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ, มีการให้ส่วนลด และของแถม
6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ การออกแบบตกแต่ง
7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความคุ้มค่าของกรมธรรม์ ความคุ้มค่าของกรมธรรม์ ผลตอบแทนจากกรมธรรม์ ระยะเวลาของกรมธรรม์

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ เว็บไซต์ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ธนาคารกรุงไทย กรุงไทย แอชซ่าประกันชีวิต สมาคมประกันชีวิตไทย เป็นต้น และแหล่งสืบค้นข้อมูลของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

#### 3.4.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านบุคคลและพฤติกรรมของผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปที่ได้จากลูกค้า ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ของลูกค้าที่เลือกใช้บริการประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ข้อมูลด้าน ค่าเบี้ยประกัน ทุนประกัน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา หาความถี่ ร้อยละ และใช้วิธีทดสอบ ไค-สแควร์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดกลุ่มและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับข้อมูลด้านพฤติกรรม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และ นำเสนอในรูปแบบตาราง

### 3.4.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา

**ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา** ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ใช้ปัจจัยที่เป็นส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย

#### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างประเมินค่าระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ไม่มีความสำคัญ	1 คะแนน

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัย จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย จากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยมีเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.51 – 5.00
มาก	3.51 – 4.00
ปานกลาง	2.51 – 3.50
น้อย	1.51 – 2.50
ไม่มีความสำคัญ	1.00 – 1.50

### 3.4.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านสถาบัน ธนาคาร ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา

**ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา** ประกอบด้วยข้อมูลความพึงพอใจต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์  
ประกันชีวิตผ่านสถาบันธนาคาร ใช้ความพึงพอใจต่อบัณฑิตที่เป็นส่วนประสมทางการตลาด  
7 ปีวิจัย

#### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ด้านความพึงพอใจให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความพึงพอใจที่มีต่อแต่ละปีวิจัยโดยมี  
เกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความพึงพอใจตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ

ระดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
อันดับ 1	3 คะแนน
อันดับ 2	2 คะแนน
อันดับ 3	1 คะแนน

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปีวิจัย จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาเรียงลำดับและทำการจัดเรียง  
คะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความพึงพอใจเรียงตามลำดับ จากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง