

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนรถกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่และได้มีจัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 65,196 คัน

ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดตัวอย่าง จากจำนวนเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนรถกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ และได้มีการจัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้การกำหนดตัวอย่างจากตาราง YAMANE (พรทิพย์ พิมลสินธ์, 2539 : 87) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5 % ได้จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูลจำนวน 397 ตัวอย่าง จึงปรับขนาดเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มาใช้บริการด้านงานทะเบียนรถยนต์และบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ และมีการจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แบ่งตามสัดส่วนตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนและจัดทำประกันภัยภาคสมัครใจในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภทรถยนต์	จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนและจัดทำประกันภาคสมัครใจ	สัดส่วนประชากร	จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน	จำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูลจริง
เจ้าของรถยนต์เก๋ง	31,956	49 %	196	180
เจ้าของรถยนต์กระบะ	28,988	44.5 %	178	180
เจ้าของรถยนต์ตู้	4,252	6.5 %	26	40
รวม	65,196	100%	400	400

ที่มา : สรุปรายชื่อกรมธรรม์รถยนต์ภาคสมัครใจจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2549. (ลัดดา โพธิ์คู่ย์, สัมภาษณ์)

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มาใช้บริการด้านงานทะเบียนรถยนต์กับ สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม และมีการปรับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างทั้งรถยนต์เก๋ง รถยนต์กระบะ เป็นประเภทละ 180 ราย และสัดส่วนของรถยนต์ตู้ปรับสัดส่วนเป็น 40 รายเพื่อให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ารวบรวมเอกสาร ตำราที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้แล้ว รวมทั้งหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลคือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มาใช้บริการด้านงานทะเบียนรถยนต์กับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ประเภทรถยนต์ที่ใช้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ได้แก่ ประเภทประกันภัยภาคสมัครใจที่จัดทำ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยที่ต้องชำระต่อปี เหตุผลที่จัดทำประกันภัยภาคสมัครใจ บริษัทประกันภัยรถยนต์ที่รู้จัก และบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่เลือกใช้บริการ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชื่อเสียงบริษัท การรับทำประกันภัยประเภท เป็นต้น
- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ระดับราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ส่วนลด เป็นต้น
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีสาขามากหาซื้อได้ง่าย ที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเดินทางสะดวก มีสาขาในบริการทั่วประเทศจำนวนมาก เป็นต้น
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การให้ของแถมหรือของชำร่วย มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ มีบริการเสริม มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ หลังการซื้อ มีการแจ้งเตือนต่อประกันก่อนหมดอายุ เป็นต้น
- ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน การเอาใจใส่ลูกค้าแบบเสมอภาค บุคลิกภาพการแต่งกายพนักงาน เป็นต้น
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ การจัดรูปแบบร้านที่โดดเด่น ความสะอาดของสถานที่ ความทันสมัยของอุปกรณ์ มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการ เป็นต้น
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงาน มีขั้นตอนการบริการที่รวดเร็ว มีการคำนวณเบี้ยประกันถูกต้องแม่นยำ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ของลูกค้าผู้ใช้รถยนต์ที่ได้พบจากบริษัท
ประกันภัย และข้อเสนอแนะอื่นๆ

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)
โดยลักษณะของคำถามประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้
รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ โดยในแต่ละข้อคำถามจะมี
คำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้
คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2551 ถึงเดือน ตุลาคม 2551
โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนสิงหาคม 2551