

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันชีวิตมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย พฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเน้นคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้สูงอายุ คือ 6W's 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้สูงอายุซื้ออะไร (What) ทำไมผู้สูงอายุจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ผู้สูงอายุซื้อเมื่อใด (When) ผู้สูงอายุซื้อที่ไหน (Where) ผู้สูงอายุซื้ออย่างไร (How) และส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตฉบับใหม่ภายใน 3 ปีที่ผ่านมา

การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่พร้อมทั้งเคยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตอย่างน้อย 1 ครั้ง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กฤษณี รื่นรัมย์, 2551:187) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) จากผู้บริโภครายที่เคยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยแบ่งเป็นเพศชาย 100 ตัวอย่าง เพศหญิง 100 ตัวอย่าง และจะทำการเก็บข้อมูลจากบริเวณสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์รวมผู้สูงอายุ อาทิเช่น สมาคมผู้สูงอายุเชียงใหม่ สวนสุขภาพ สถานออกกำลังกาย ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ วัด และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	
ห้องสมุดงานวิจัย	
วันที่.....	14 มิถุนายน 2558
เลขทะเบียน.....	248753
เลขเรียกหนังสือ.....	

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงวัยที่เคยซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้สูงวัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันชีวิต ประกอบด้วย ชื่ออะไร เหตุผลที่ซื้อ ราคาของผลิตภัณฑ์ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ แหล่งที่ซื้อ การหาข้อมูลก่อนการซื้อ ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ การชำระเงินในการซื้อ ความพอใจในการซื้อ การแนะนำให้ผู้สูงอายุอื่นซื้อผลิตภัณฑ์ จากแหล่งที่ซื้อ ระยะเวลาในการซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตของผู้สูงวัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ในส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตนั้นใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ (กฤษทลี รื่นรัมย์, 2551) ดังนี้

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

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาคั้งนี้จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการ ณ สถานที่ที่เป็นจุดศูนย์รวมผู้สูงวัย อาทิเช่น สมาคมผู้สูงอายุเชียงใหม่ สวนสุขภาพ สถานออกกำลังกาย ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ วัด และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล และการจัดทำและนำเสนอรายงานจะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาคั้งนี้ ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2554 ถึงเดือนมีนาคม 2555 ระยะเวลาการเก็บข้อมูลเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2555