

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ทำการศึกษามีขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2552 จำนวน 98,316 คน (สำนักทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม, 2552 : 2)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 397 คน ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทายโรยามานัน ฅ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างเท่ากับ ± 5 ของจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จากนั้นศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือสำหรับการศึกษานี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 4 ด้าน คือ

ระดับความสำคัญมากที่สุด	= 5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	= 4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	= 3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	= 2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	= 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ.เอ. จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 3 ด้าน คือ

ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อมากที่สุด	= 5 คะแนน
ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อ	= 4 คะแนน
ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อปานกลาง	= 3 คะแนน
ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อน้อย	= 2 คะแนน
ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อน้อยที่สุด	= 1 คะแนน

2. การสร้างเครื่องมือ

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ทำการศึกษาได้สร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขต และ โครงสร้างของเนื้อหาในการสร้างเครื่องมือ

2.2 นำร่างแบบสอบถามที่ร่างขึ้น เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาตรวจสอบและปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำเพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหา รวมทั้งการใช้ภาษาที่เหมาะสม

2.3 นำแบบสอบถามฉบับที่ปรับปรุงจากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ด้วยการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่วัด (Index of Item Objective Congruence : IOC) จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

2.3.1 ดร.ธีระวัฒน์ เข็มแสง วุฒิสการศึกษาศ.ค. (การบริหารและพัฒนาการศึกษา) เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2.3.2 ดร.ไพศาล วรคำ วุฒิสการศึกษาศ.ค. (วิจัยและประมวลผลการศึกษา) เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ และการวัดผลการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบ ความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

2.3.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระภา วุฒิสการศึกษาศ.ค. (การจัดการธุรกิจ) เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความที่ใช้

2.4 ผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้ว นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับนิยามศัพท์ของการศึกษาคำ IOC โดยรายการข้อคำถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไปทุกข้อ ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67 - 1.00 ดังภาคผนวก ข

2.5 นำข้อคิดเห็นและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อคำถามก่อนนำไปทดลองใช้ (Try - out)

2.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขไปหาความเชื่อมั่น โดยนำไปทดลองใช้ (Try - out) กับกลุ่มที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ของครอนบาค (Cronbach) นำมาประยุกต์ใช้ในการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.94 จัดว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังภาคผนวก ข

2.7 นำแบบสอบถาม เสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อ

ขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน โดยผู้ทำการศึกษาทำการศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดมหาสารคาม และในการเก็บแบบสอบถามผู้ทำการศึกษาเก็บได้ ร้อยละ 100

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ขอหนังสือจากบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการขออนุญาต ใช้แบบทดสอบเพื่อศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ จำกัด

3.2 ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล และตัวอย่าง

3.3 นำหนังสือขออนุญาตไปติดต่อขอรายละเอียดจากประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อชี้แจงและขออนุญาตในการเก็บข้อมูลของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

3.4 เมื่อได้รับอนุญาตให้ใช้แบบสอบถามจากประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม ผู้ทำการศึกษาจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่ม ตัวอย่าง และขอรับคืนตามวันที่กำหนด

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดทำและกระทำข้อมูล

1.1 ผู้ทำการศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม

1.2 นำแบบสอบถามตามข้อ 1.1 มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับ ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่อง คอมพิวเตอร์ด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิธีการทางสถิติที่ใช้มี ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการซื้อ โดยการให้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย กำหนดไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุดอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด โดยใช้สถิติทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบหลังจากซื้อซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.50	หมายถึง	ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับของปัญหาที่พบหลังจากซื้อน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้

$$IOC = \frac{\sum^R}{N}$$

เมื่อ	IOC แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	\sum^R แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด
	N แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์ของการให้คะแนน มีดังนี้

ให้คะแนน +1	ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

1.2 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminate power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 164)

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวม
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนรวม
	N	แทน	จำนวนข้อของแบบวัด
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวมแต่ละคู่
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนแต่ละข้อ
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนรวม

1.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Test) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งหาได้จากสูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99)

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ	r_{ii}	แทน	ค่าความเที่ยง
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือ
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของข้อคำถามแต่ละข้อ
	S^2	แทน	ความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

2. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 102-103)

2.1 ค่าร้อยละ มีสูตรดังนี้

$$P = \frac{\sum f}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละ
	$\sum f$	แทน	ความถี่ที่ต้องแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.2 ค่าเฉลี่ย มีสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่ม

2.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีสูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N^2}}$$

เมื่อ	$S.D.$	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X$	แทน	คะแนนแต่ละตัว
	X	แทน	จำนวนคะแนนในกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่ม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

3.1 วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient Analysis) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ.

จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ระหว่างตัวแปรไม่เข้าใกล้ 1 หรือไม่ควรเกิน 0.80

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน คำนวณจากสูตร

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรตัวที่ 1 และ 2
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2
	N	เป็น	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multivariate analysis) เพื่ออธิบายปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) มีสมการถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_ix_i$$

โดย Y = ตัวแปรตาม

b_0 = ค่าคงที่

$b_1b_2b_3 \dots b_i$ = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

$x_1x_2x_3 \dots x_i$ = ตัวแปรอิสระ

เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดข้อสมมติฐานหลักของการวิเคราะห์ว่าตัวแปรอิสระจะสัมพันธ์กันมากไม่ได้ จึงแสดงเมตริกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ