

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภครบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันส์ จำกัด เขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภครบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันส์ จำกัด เขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของ ผู้บริโภครจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยมีกระบวนการ และขั้นตอน ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้บริโภครที่ทำประกันชีวิต กับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันส์ จำกัด อาศัยอยู่ในเขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ ในแต่ละเดือนประมาณ 212 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคร ที่ทำประกันชีวิต กับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันส์ จำกัด อาศัยอยู่ในเขตสำโรงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 136 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 2 ตอน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ-สมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต(Likert) จำนวน 5

ด้าน คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การขายโดยบุคคล และการตลาดเจาะตรง จำนวน 25 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คำถามชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิต กับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตลำโพงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำแบบสอบถาม ไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล จำนวน 136 ฉบับ แล้วขอรับคืนด้วยตัวเอง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค บริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด เขตลำโพงเหนือ จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test

4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค เป็นรายคู่ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

### 1. ค่าเฉลี่ย

$$\begin{aligned} \text{สูตร } \bar{X} &= \frac{\sum fx}{n} \\ \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \frac{\sum fx}{n} &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนน} \\ &= \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

### 2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$\begin{aligned} \text{สูตร } SD &= \sqrt{\frac{\sum fx^2}{n} - \left[\frac{\sum fx}{n}\right]^2} \\ SD &= \text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ \frac{\sum fx^2}{n} &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนน} \\ \frac{\sum fx^2}{n} &= \text{ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่ กับคะแนนแต่ละ} \\ &\quad \text{จำนวนที่ยกกำลังสอง} \\ n &= \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

### 3. การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

$$\begin{aligned} \text{สูตร } t &= \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \\ t &= \text{การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย} \end{aligned}$$

$\bar{x}_1, \bar{x}_2$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$s_1^2, s_2^2$	=	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$n_1, n_2$	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

4. การวิเคราะห์ความแปรปรวน (analysis of variance) (Best and Kahn, 1998, p. 406)

สูตร	F	=	$\frac{MS_b}{MS_w}$
	F	=	อัตราส่วนของความแปรปรวน (variance ratio)
	$MS_b$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม

5. การเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกัน ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

สูตร	LSD	=	$t_{\infty} \sqrt{MS_w \frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
	LSD	=	Least Significant Difference
	t	=	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
	$MS_w$	=	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	$n_1, n_2$	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2