

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงลักษณะการตัดสินใจทำประกันชีวิต และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ตลอดจนทัศนคติต่อการประกันชีวิต กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนทั้งชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 21 - 60 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสถิติประชากรของกรุงเทพมหานครแยกอายุ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2542 มีจำนวนทั้งสิ้น 3,229,696 คน (ข้อมูลจาก กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 (ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %) รวมจำนวนตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเขตการปกครอง ของกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 กลุ่มเขต ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้แก่ กลุ่มเขตเมือง กลุ่มเขตต่อเมือง และกลุ่มชานเมือง โดยแต่ละกลุ่มเขตจัดสรรกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน การเลือกกลุ่มย่อยได้ดังนี้

* กลุ่มเขตเมือง มีทั้งหมด 14 เขต คือ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตวังทองหลาง เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตดินแดง

* กลุ่มเขตต่อเมือง มีทั้งหมด 26 เขต คือ เขตยานนาวา เขตประเวศ เขตสาทร เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตบางนา เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางเขน เขตสายไหม เขตดอนเมือง เขตบางคอแหลม เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตจตุจักร เขตหลักสี่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตทุ่งครุ เขตราชบุรีบูรณะ และเขตสวนหลวง

* กลุ่มเขตชานเมือง มีทั้งหมด 10 เขต คือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และ เขตหนองแขม

จากนั้นได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขต โดยเลือกจากหนึ่งในสี่ของกลุ่มเขต ดังนั้นจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในขั้นนี้ 14 เขต จากทั้งหมด 50 เขต ซึ่งเป็นสัดส่วนของเขตแต่ละกลุ่มเขต โดยวิธีการคำนวณดังนี้

1. สัดส่วนจากกลุ่มเขตเมือง มีค่า $(14 \times 25) / 100 = 3.5$ หมายความว่า จะทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเขตนี้ จำนวน 4 เขต

2. สัดส่วนจากกลุ่มเขตต่อเมือง มีค่า $(26 \times 25) / 100 = 6.5$ หมายความว่า จะทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเขตนี้ จำนวน 7 เขต

3. สัดส่วนจากกลุ่มเขตชานเมือง มีค่า $(10 \times 25) / 100 = 2.5$ หมายความว่า จะทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเขตนี้ จำนวน 3 เขต

ขั้นตอนที่ 2 ในแต่ละกลุ่มเขตเลือกเขตด้วยวิธีสุ่มแบบง่าย โดยการจับสลาก เพื่อเลือกตัวแทนในแต่ละกลุ่มเขต โดยใช้สัดส่วนจากขั้นตอนที่ 1

1. กลุ่มเขตเมือง ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตห้วยขวาง และเขตคลองสาน

2. กลุ่มเขตต่อเมือง ได้แก่ เขตลาดพร้าว เขตบางนา เขตสายไหม เขตบางพลัด เขตบางแค เขตสวนหลวง และเขตราชบุรีบูรณะ

3. กลุ่มเขตชานเมือง ได้แก่ เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตจอมทอง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน, รับจ้างอิสระ, ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แล้วแยกเป็นอาชีพละ 80 คน เท่าๆกัน

โดยแต่ละอาชีพจำนวน 80 คน นี้ จำแนกตามเขตเมืองจำนวน 25 คน เขตต่อเมืองจำนวน 30 คน และเขตชานเมืองจำนวน 25 คน

ขั้นตอนที่ 4 ในขั้นสุดท้ายใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อกระจายแบบสอบถามไปตามกลุ่มต่างๆ ตามที่แบ่งมาแล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยค้นคว้าจากตำราต่างๆ พร้อมทั้งขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1) ลักษณะทางประชากร และสถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การมีบุตร ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับตำแหน่ง

ตอนที่ 2) ข้อมูลด้านการทำประกันชีวิต

ตอนที่ 3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร และประเภทของสื่อที่เปิดรับ

ตอนที่ 4) ทศนคติที่มีต่อการประกันชีวิต ในด้านบริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ความเชื่อดั้งเดิม คุณประโยชน์และความคุ้มค่าในการทำประกันชีวิต

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเชื่อถือได้ (Reliability) และ ความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความตรงในด้านเนื้อหาและโครงสร้าง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกันชีวิตเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำข้อแนะนำไปปรับปรุงแก้ไข

2. การหาความเชื่อถือได้ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อนำคำถามในส่วนประเมินค่าความวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงในภาคสนามตามสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541:93)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum VI}{\sum Vt} \right]$$

เมื่อ	α	=	ค่าความเชื่อถือได้
	k	=	จำนวนข้อ
	VI	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	Vt	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามปรากฏว่า

คำถามส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต	$\alpha = 0.9625$
คำถามส่วนทัศนคติต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต	$\alpha = 0.7220$

คำถามในส่วนทัศนคติต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่มีค่าความเชื่อถือได้ต่ำนั้น ผู้วิจัยได้ตัดข้อที่มีค่าความเชื่อถือได้ต่ำมากออก และปรับปรุงแก้ไขข้อความในคำถามที่ค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำเกินไปก่อนจะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านประกันชีวิตช่วยปรับปรุงประเด็นคำถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง และจะจัดหาผู้ช่วยวิจัยอีกประมาณ 4 คน โดยจะทำการชี้แจงเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริง เพื่อให้ทีมงานวิจัยมีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องขอบเขตและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และสามารถรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะดำเนินการดังนี้ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วย ตนเองและเก็บรวบรวมกลับคืน โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะคอยชี้แจงและอธิบายข้อคำถามต่างๆ ให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจ

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการ
ดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเองตามคู่มือรหัส
ที่ได้จัดทำไว้
2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding
Form) เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกลงในคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ได้บันทึกไว้ไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อ
คำนวณค่าทางสถิติ และทำการวิเคราะห์ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการทางสถิติดังต่อไปนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะ ข้อมูลต่างๆ
โดยการแจกแจง ความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้แก่

- เหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิต
- ลักษณะทางประชากร ในด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส

การมีบุตร

- สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม ในด้านอาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต ในด้านความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารและประเภทสื่อที่เปิดรับ อาทิ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

2. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ
ทัศนคติต่อการประกันชีวิต โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation)

3. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ ตามที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1 การตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

- ทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพสมรส การมีบุตร กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

- ทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุ ระดับการศึกษา กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 2 การตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม

- ทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับตำแหน่งกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

- ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับ ประเภทสื่อที่เปิดรับ กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติต่อการประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

- ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในด้านบริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ความเชื่อดั้งเดิม คุณประโยชน์ และความคุ้มค่าในการทำประกันชีวิต กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 5 ลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตทัศนคติต่อการประกันชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

- ทดสอบลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

หลักเกณฑ์ในการวัดตัวแปร

ข้อมูลจากการวัดตัวแปรต่างๆ ได้กำหนดเกณฑ์ในการวัด ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตในช่วงระยะเวลา 3 เดือนในส่วนที่เป็นมาตรวัดประเมินค่าจะให้ค่าคะแนนกับปริมาณความบ่อยครั้งของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ดังนี้

บ่อยมาก (มากกว่า 6 ครั้ง)	ให้คะแนน	5	คะแนน
บ่อย (5-6 ครั้ง)	ให้คะแนน	4	คะแนน
บางครั้ง (3-4 ครั้ง)	ให้คะแนน	3	คะแนน
นานๆครั้ง (1-2 ครั้ง)	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เคยได้รับ	ให้คะแนน	1	คะแนน

โดยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ดังนี้

1.00 – 2.33 คะแนน	มีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
2.33 – 3.66 คะแนน	มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
3.67 – 5.00 คะแนน	มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง

2. ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต ตามมาตรวัด Likert Scale ซึ่งได้แบ่งเป็น 5 ระดับ ทั้งในด้านบวก (5 4 3 2 1) และด้านลบ (1 2 3 4 5) ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
กลางๆ / ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

ในการแปลความหมายของคะแนนที่เป็นตัวแปรทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตนี้ จะนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วแปลความหมายดังนี้

1.00 – 2.33 คะแนน	มีทัศนคติเชิงลบ
2.34 – 3.66 คะแนน	มีทัศนคติเป็นกลาง
3.67 – 5.00 คะแนน	มีทัศนคติเชิงบวก