

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ กรณีศึกษาบริษัทเทคโนโลยีประกันภัย จำกัด (มหาชน)” เป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านช่องทางทางการสื่อสารด้วยระบบอินเทอร์เน็ต (www.deves.co.th) ของบริษัทเทคโนโลยีประกันภัย จำกัด (มหาชน)

รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้การวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire)

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทาง www.deves.co.th ตั้งแต่เริ่มดำเนินการเปิดใช้เว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 950 คน ได้แก่ผู้ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 จำนวน 520 คน ผู้ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 จำนวน 266 คนและผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ(พรบ.) จำนวน 164 คน (ข้อมูลจากบริษัท เทคโนโลยีประกันภัย จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 1 เมษายน 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทาง www.deves.co.th ตั้งแต่เริ่มดำเนินการเปิดใช้เว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 950 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (ลัวิน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2538, น. 297) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.06 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

- โดยกำหนดให้
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - N = ขนาดของประชากร
 - e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{950}{1 + 950 (0.06)^2} = 214 \text{ คน}$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นจำนวน 214 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่าง 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th ตามลักษณะประเภทของประกันภัยรถยนต์ มีจำนวนทั้งหมด 950 คนซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชั้นภูมิ ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนผู้ที่ทำประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th แต่ละประเภท

| ประเภทการประกันภัยรถยนต์ | จำนวนผู้ซื้อกรมธรรม์ |
|--------------------------|----------------------|
| ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 | 520 |
| ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 | 266 |
| ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ | 164 |
| รวม | 950 |

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม ตามสูตรของ Taro Yamane ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่ง จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรทั้งหมด 214 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) โดยเลือกจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทของการซื้อประกันภัยรถยนต์ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 950 คน

| ประเภทการประกันภัยรถยนต์ | ขนาดประชากร | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง |
|--------------------------|-------------|-------------------------------|
| ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 | 520 | $\frac{214}{950} (520) = 117$ |
| ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 | 266 | $\frac{214}{950} (266) = 60$ |
| ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ | 164 | $\frac{214}{950} (164) = 37$ |
| รวม | 950 | 214 |

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ (Computer Method) ใช้โปรแกรมสุ่มโดยอัตโนมัติ เลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาเป็นจำนวน 214 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยผ่านทาง www.deves.co.th แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ อายุ

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ สถานภาพ

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.6 ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูล

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่าน www.deves.co.th

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 พฤติกรรมการเปิดรับด้านระยะเวลาของผู้ซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาด

ตัวแปรอิสระ คือ ระยะเวลา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านการตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 พฤติกรรมการเปิดรับด้านระยะเวลาของผู้ซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวกับเว็บไซต์

ตัวแปรอิสระ คือ ระยะเวลา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับเว็บไซต์

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 พฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการเข้ามาใช้บริการข่าวสาร ก่อนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาด

ตัวแปรอิสระ คือ ความถี่

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านการตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 พฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการเข้ามาใช้บริการข่าวสาร ก่อนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th มีความสัมพันธ์กับปัจจัยปัจจัยที่เกี่ยวกับเว็บไซต์

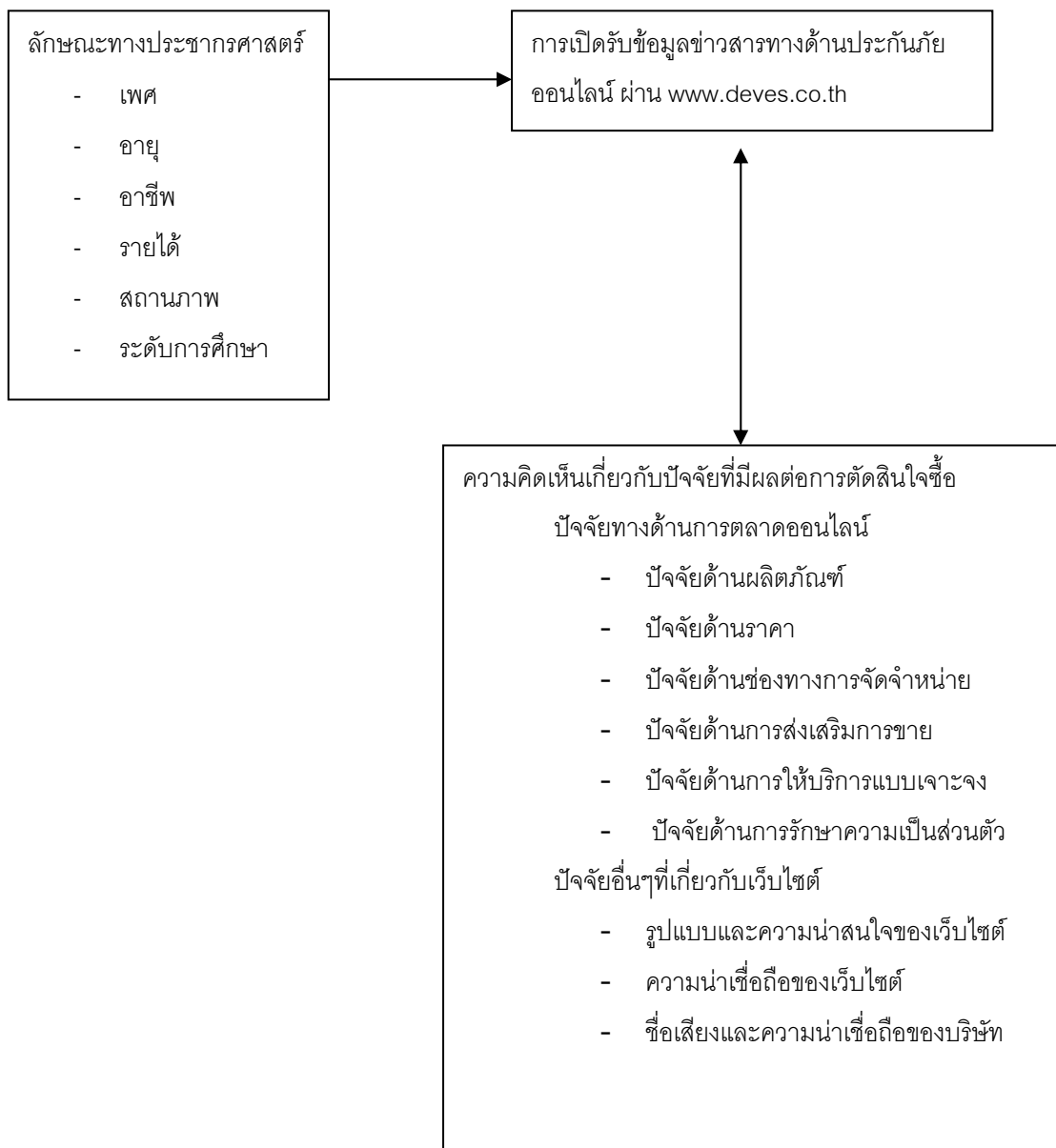
ตัวแปรอิสระ คือ ความถี่

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับเว็บไซต์

เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับตัวแปรที่
ต้องการศึกษาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสมมติฐานการวิจัยแล้ว จึงสามารถแสดง
ความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ดังภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3.1

แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษา จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการประกันภัยออนไลน์ผ่านทาง www.deves.co.th ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่านทาง www.deves.co.th เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภณท์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย รวมทั้งศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รูปแบบและความน่าสนใจของเว็บไซต์ เนื้อหาบนเว็บไซต์ การใช้งานของเว็บไซต์ รวมถึงความน่าเชื่อถือของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้วย

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อประกันภัยออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามจำนวน 214 ชุด แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่านทาง www.deves.co.th จากจำนวนทั้งหมด 950 คน ใช้เวลาเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2551 โดยผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (เฉพาะบุคคล) สถานภาพ และระดับการศึกษา จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ (ข้อ 1-7) ดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 เพศชาย
 - กลุ่มที่ 2 เพศหญิง
2. อายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 16 – 25 ปี
 - กลุ่มที่ 2 26 – 35 ปี
 - กลุ่มที่ 3 36 – 45 ปี
 - กลุ่มที่ 4 45 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
 - กลุ่มที่ 1 โสด
 - กลุ่มที่ 2 สมรส
 - กลุ่มที่ 3 หย่าร้าง
 - กลุ่มที่ 4 แยกกันอยู่
5. อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
 - กลุ่มที่ 2 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 - กลุ่มที่ 3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - กลุ่มที่ 4 เจ้าของกิจการ
 - กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ
6. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - กลุ่มที่ 2 ปริญญาตรี
 - กลุ่มที่ 3 ปริญญาโท
 - กลุ่มที่ 4 สูงกว่าปริญญาโท ขึ้นไป
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (เฉพาะบุคคล) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่า 15,000 บาท
 - กลุ่มที่ 2 15,000 - 30,000 บาท
 - กลุ่มที่ 3 30,000- 45,000 บาท
 - กลุ่มที่ 4 45,000 บาท ขึ้นไป

8. ท่านทำประกันภัยรถยนต์ประเภทใดผ่านทาง www.deves.co.th

กลุ่มที่ 1 ประเภท 1

กลุ่มที่ 2 ประเภท 3

กลุ่มที่ 3 พบ.

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันภัยผ่าน www.deves.co.th

เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันภัยผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ(ข้อ 9-13) ดังนี้

9. ส่วนใหญ่ท่านจะใช้ computer หรือ Internet ของที่ไหน

กลุ่มที่ 1 ที่บ้าน

กลุ่มที่ 2 ที่ทำงาน

กลุ่มที่ 3 ร้าน Internet Cafe

กลุ่มที่ 4 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ระยะเวลาในการเข้าเว็บไซต์ www.deves.co.th ในแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย.....นาที

กลุ่มที่ 1 0-10 นาที

กลุ่มที่ 2 11-20 นาที

กลุ่มที่ 3 21-30 นาที

กลุ่มที่ 4 มากกว่า 31 นาที

11. ความถี่ที่ใช้บริการข่าวสารด้านประกันภัยผ่านทาง www.deves.co.th แบ่งเป็น 5

กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 3 ครั้ง / เดือน ขึ้นไป

กลุ่มที่ 2 3 ครั้ง / เดือน

กลุ่มที่ 3 2 ครั้ง / เดือน

กลุ่มที่ 4 1 ครั้ง / เดือน

กลุ่มที่ 5 น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน

12. รู้จัก www.deves.co.th จากสื่อใด แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
- กลุ่มที่ 1 สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
 - กลุ่มที่ 2 สื่อโฆษณาตามช่องทางอื่น เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ ป้ายโฆษณาหรือหนังสือ
 - กลุ่มที่ 3 เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ
 - กลุ่มที่ 4 บริษัทโบรคเกอร์ ตัวแทน หรือพนักงานขาย
 - กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ
13. การใช้บริการใดผ่าน www.deves.co.th (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ได้แก่
- 1. คำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์
 - 2. สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเคลมประกันภัย
 - 3. ชำระเบี้ยประกันภัยผ่านเว็บไซต์
 - 4. ศึกษาข้อมูลทั่วไปของบริษัท
 - 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ ของบริษัท
เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)**

เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

- 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ
- 2. ปัจจัยด้านราคา (Price) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 3 ข้อ
- 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ
- 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ
- 5. ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง(Personalization) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 2 ข้อ
- 6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว(Privacy)ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 2 ข้อ
- 7. ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเว็บไซต์ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 6 ข้อ

โดยผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์ในการวัดความคิดเห็นตามระบบ Likert Scales แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

| | | |
|----------------------------------|---|-------|
| มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด | 5 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | 4 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง | 3 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย | 2 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าเฉลี่ยเพื่อพรรณนาคุณลักษณะ ตัวแปรความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th มีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนนดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่มีต่อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th

เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อประกันภัยออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้ศึกษาจะจัดจำแนกข้อเสนอแนะโดยใช้วิธีการสังเคราะห์เนื้อหาอีกครั้งหนึ่ง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นหาความเที่ยงตรง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคล พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา(Content Validity) โครงสร้างของแบบสอบถาม และความเหมาะสมของถ้อยคำภาษาที่ใช้ ส่วนข้อมูลทางสถิติได้ขอคำแนะนำจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ รองศาสตราจารย์ สุเมธ สมภักดี เพื่อแนะนำและปรับปรุงแก้ไขให้คำถามมีความเหมาะสมและเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามในส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th ไปขอคำปรึกษาแนะนำกับเว็บมาสเตอร์และผู้เกี่ยวข้องในการทำเว็บไซต์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มผู้ซื้อประกันภัยทางออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th จำนวน 30 ชุด เพื่อทดลองตอบแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ในตอนที่ 3 คือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th ซึ่งมี 5 ปัจจัยคือปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยทางด้านอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ หรือบริษัท เป็นต้น ซึ่งค่าความเชื่อมั่น โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้ผลของเครื่องมือทั้งฉบับเท่ากับ 0.892 ซึ่งถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่สูง กล่าวคือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา จากข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา รายงานและบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน 2551 ด้วยการส่งแบบสอบถามให้ผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self – Administered Questionnaire) และตอบกลับมา โดยส่งไปทางที่อยู่อีเมลล์ ตามข้อมูลทุกข้อมติที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางประชากรของ www.deves.co.th ซึ่งโดยปกติแล้วลูกค้าหรือผู้ที่ซื้อประกันภัยทางออนไลน์ ผ่าน www.deves.co.th ต้องมีการกรอกข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมลล์แอดเดรส ที่สามารถติดต่อได้ เพื่อการออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้มีการทวงถามข้อมูลทางโทรศัพท์ในกรณีที่ กลุ่มตัวอย่างไม่ตอบแบบสอบถามกลับมา หรือในกรณีที่ข้อมูลไม่ครบถ้วน เพื่อการเก็บข้อมูลได้ตรงตามความเป็นจริงและตามระยะเวลาที่ผู้ศึกษากำหนด คือในช่วงเดือนเมษายน 2551

กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด และได้ตรวจสอบความถูกต้องแล้วผู้ศึกษาจึงได้นำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการ ดังนี้

1. ทำการลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับ
2. คัดลอกรหัสลงในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อบันทึกลงบนแผ่นบันทึกข้อมูล
3. นำข้อมูลที่บันทึกไว้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 15.0 for Windows และ Factor Analysis
4. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print-out) มาแปลความหมาย แล้วบันทึกข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอ้างอิง ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ ผ่านทาง www.deves.co.th ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านประกันภัยผ่านทาง www.deves.co.th ใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ด้วยการแจกแจงแบบ T-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วย Anova

3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ ผ่านทาง www.deves.co.th ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์และบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ใช้การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Factor Analysis)