



## การศึกษาค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต: กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัด  
ปทุมธานี

**FACTORS AFFECTING LIFE INSURANCE BUYING OF THANACHART BANK  
CUSTOMERS IN PATHUMTHANI PROVINCE**

นางสาวอรุโณทัย ยวงวิภักดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2558

การศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต: กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

Factors Affecting Life Insurance Buying of Thanachart Bank Customers in Pathumtani Province

โดย

นางสาวอรุณทัย ขวงวิภักดิ์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

พ.ศ. 2558

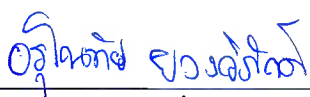
อรุ โณทัย ยวงวิภักดิ์ 2558: ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต: กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ปรินญากรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์เรวัตร์ ธรรมมาภิรมย์, Ph.D. 57 หน้า


การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อแบบประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit model)

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตพบว่าส่วนใหญ่มีการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต สำหรับเหตุผลที่ซื้อคือ เพื่อเป็นหลักประกันให้กับครอบครัวด้วยแบบประกันคือแบบคุ้มครองชีวิต (รายได้) ในวงเงินทุนประกันระหว่าง 100,000 – 500,000 บาท และตนเองมีส่วนในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการทำประกันชีวิตจากพนักงานธนาคารและตัวแทนประกันชีวิตซึ่งคาดว่าจะใช้เวลามากกว่า 1 ปีขึ้นไปในการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า อายุ และระดับรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากต่อปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์

  
ลายมือชื่อนิติ

  
ลายมือชื่อประธานกรรมการที่ปรึกษา

19 / 7 / 2558

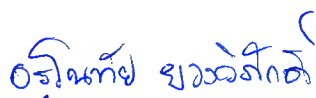
Arunothai Yuangwipak 2015 : Factors Affecting Life Insurance Buying of Thanachart Bank Customers in Pathumthani Province. Master of Economics (Business Economics). Major Field: Business Economics. Department of Economics. Independent Study Advisor: Associate Professor Rewat Thamma-Apiroam, Ph.D. 57 Pages.

This study aims to examine insurance buying behavior of Thanachart Bank customers in Pathumthani province and to investigate the factors affecting life insurance types of thanachart Bank customers in Pathumthani province. Questionnaires are used as the tool for collecting 400 samples. The analyses are through percentage, mean, standard deviation and Logic model

The results show that the customers mostly buy insurances via life insurance agents. The reason for choosing the insurances in for family security by life protection (income) with the sum insured ranging from 100,000-500,000 baht and the person who influence the decision buying is oneself. The majority receives life insurance buying information from the bank employees and life insurance representatives and also takes more than a year for final decision making.

For personal factors, it shows that age and monthly income level are the factors affecting life insurance buying for all groups with statistical significance.

For the results of the marketing mix, the sample group has rated as most important for all 7 factors, The importance level has been ranked as follows, physical evidence, process, people, price, place, promotion, and product.

  
Student's Signature

  
Advisor's Signature

19 / 7 / 2015

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากบุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งด้านวิชาการและด้านการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ รศ. ดร.เรวัตร ชรรณมาภิรมย์อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้โอกาสทางการศึกษา และให้คำแนะนำในการทำการศึกษา อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาและให้กำลังใจมาโดยตลอด

การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณคณาจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่าน ที่กรุณาถ่ายทอดความรู้และให้คำปรึกษาโดยตลอด รวมทั้งเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจทุกท่าน ที่คอยประสานงานช่วยเหลืออำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติในด้านต่างๆ ตลอดจนขอขอบคุณผู้บริหารหน่วยงานธนาคารธนชาต สาขานวนคร จังหวัดปทุมธานี ที่สนับสนุนเรื่องขอเวลาในการศึกษาอย่างเต็มที่และเพื่อนร่วมงานทุกคนที่คอยให้กำลังใจช่วยเหลือแบ่งเบาภาระตลอดระยะเวลาการศึกษา สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากการค้นคว้าอิสระเล่มนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือเป็นอย่างดีมาโดยตลอด จนทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิตและการศึกษา นอกจากนี้ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อันเป็นสถานศึกษาที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้อันมีค่าและถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ศึกษา นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานต่อไป

อรุโณทัย ขวงวิภักดิ์

กรกฎาคม 2558

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	6
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต	9
งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประกันชีวิต	18
กรอบแนวคิดในการศึกษา	23
สมมติฐานในการศึกษา	23
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	24
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	24
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	24
การทดสอบเครื่องมือ	25
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
สรุปข้อมูลส่วนบุคคล	30
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์การซื้อประกันชีวิต	32
การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต	37

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อ ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ	40
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	43
สรุปผลการวิจัย	44
ข้อเสนอแนะ	46
ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป	47
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	48
ภาคผนวก	51
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	57

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	31
2	จำนวนและร้อยละ ลักษณะพฤติกรรม การซื้อประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
3	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ถืออยู่ (N=252)	32
4	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจ (N=252)	33
5	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับกรมธรรม์ (N=252)	33
6	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ที่ถืออยู่ (N=252)	34
7	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามวงเงินประกันของกรมธรรม์ (N=252)	34
8	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามวงเงินในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือน (N=252)	34
9	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต (N=252)	35
10	จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามบริษัทที่ทำประกัน (N=252)	35



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	38
12	ผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละรูปแบบของลูกค้านายการธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	40

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	23

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ธุรกิจประกันชีวิตปัจจุบันได้เติบโตอย่างรวดเร็วจากข้อมูลการเพิ่มขึ้นของกรมธรรม์และจำนวนการจ่ายค่าเบี้ยกรมธรรม์ ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 – 2555 นับได้ว่าปี พ.ศ.2555 เบี้ยประกันชีวิตมีอัตราการเติบโตสูงสุด คือ ร้อยละ 19.1 โดยมีเบี้ยประกันชีวิตรับรวมตลอดทั้งปีทั้งสิ้น 391,358.01 ล้านบาท แยกเป็นเบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่จำนวน 130,547.5 ล้านบาท อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.5 และเบี้ยประกันชีวิตรับปีต่อปีจำนวน 260,810.51 ล้านบาท อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.36 ซึ่งมีอัตราความคงอยู่ร้อยละ 88 การขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตยังครองอันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ 57.31 ของเบี้ยประกันชีวิตทั้งหมด รองลงมาเป็นการขายผ่านธนาคารพาณิชย์ สัดส่วนร้อยละ 36.65 (สมาคมประกันชีวิต , 2555) ตั้งแต่ปี 2546 – 2555 การที่มีอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันชีวิตในปี 2555 นี้ เนื่องจากบริษัทประกันชีวิตแต่ละบริษัทต่างก็เร่งการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ให้ออกมาสนองตามความต้องการของประชาชนและต่างก็เร่งพัฒนาบุคลากรฝ่ายขายและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้กับภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขายช่องทางการจำหน่ายให้เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง สำหรับปี 2555 เบี้ยประกันชีวิตรับรวม ได้ทำการขายผ่านช่องทางหลัก 4 ช่องทาง คือ ผ่านตัวแทนประกันชีวิต 224,671 ล้านบาทหรือร้อยละ 57.31 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9) ผ่านธนาคาร 143,667.68 ล้านบาทหรือร้อยละ 36.65 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.2) ผ่านช่องทางโทรศัพท์ 12,128.65 หรือร้อยละ 3.09 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4) และผ่านช่องทางอื่นๆ อีก 10,890.68 ล้านบาทหรือร้อยละ 2.95 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.9)

สมาคมประกันชีวิตไทยจึงคาดว่า การประกันชีวิตจะได้รับความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งอย่างต่อเนื่องจากประชาชนคนไทย ในปี 2556 ต่อไป และการทำประกันภัยเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ประเทศไทยประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งซึ่งเป็นครั้งสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์ไทยและกลายเป็นวิกฤตเอเชีย โดยในวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 เมื่อรัฐบาลประกาศลอยตัวค่าเงินบาท ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวอย่างทันที จากเดิมประมาณ 25.60 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ เป็น 28.75 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐในเวลาเพียง 24 ชั่วโมง และค่าเงินบาทอ่อนลงตามลำดับและลงไปอ่อนค่าสุดถึง 56 บาท เมื่อต้นเดือนมกราคม 2541 และทำให้ดัชนีหลักทรัพย์ดิ่งลงไปเหลือเพียง 207 จุด เท่านั้นรวมทั้งการล่มสลายของธุรกิจและกลุ่มทุนเก่าในกิจการธนาคาร เช่น ธนาคาร

ศรีนคร ธนาคารนครชน ธนาคารมหานคร ทำให้ต้องปิดกิจการ 56 ไฟแนนซ์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) อีกทั้งประชาชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิต เนื่องจากได้รับทั้งความคุ้มครอง และยังเป็นการออมเงินอีกรูปแบบหนึ่ง โดยเฉพาะประกันชีวิตแบบบำนาญที่เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากในปี 2553 ภาครัฐบาลได้มีการปรับเพิ่มค่าลดหย่อนภาษีจากประกันชีวิตจากค่าเบี้ย 100,000 เป็น 200,000 บาท หากซื้อประกันแบบบำนาญใหม่ที่สามารถนำค่าเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเพิ่มได้อีก 200,000 บาทรวมสูงสุด 300,000 ต่อปี (วงเงินลดหย่อนภาษีจากแบบทรัพย์สินบำนาญส่วนที่เพิ่มขึ้น 200,000 บาท และต้องไม่เกิน 15% ของเงินได้พึงประเมินและเมื่อรวมกับกองทุนอื่นๆ เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ต้องไม่เกิน 500,000 บาท/ปี) ทำให้หลายบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตทั้งในประเทศและต่างประเทศเสนอขายประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (ก้องภพ, 2548)

เนื่องจากภาวะการแข่งขันรุนแรงในธุรกิจประกันชีวิต ทั้งบริษัทประกันชีวิตเองและทางธนาคารพาณิชย์ได้เข้ามาทำธุรกิจด้านประกันชีวิตด้วย ทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตเพราะช่องทางการขายเหล่านี้ต้องพัฒนาตนเองในทุกๆ ด้าน ทั้งการเพิ่มตัวแทนและนายหน้าประกันชีวิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียน ในปี 2558 ทำให้ธุรกิจประกันชีวิตเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสำหรับธุรกิจการขาย หากการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตนั้นมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงหลายด้าน เช่น ความรู้ความเข้าใจในการทำประกันชีวิต ความไม่แน่ใจในความไม่มั่นคงของบริษัทและตัวแทนประกันชีวิต ความไม่พร้อมทางการเงิน ระยะเวลาในการถือครองกรมธรรม์ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุดเมื่อครบอายุกรมธรรม์ ตลอดจนความไม่แน่นอนของดอกเบี้ยในอนาคตและทุนประกันชีวิต เป็นต้น ทำให้ทางบริษัทประกันชีวิตเหล่านี้จำเป็นต้องเสริมสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนและความเชื่อมั่นในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของประชาชน ในกลุ่มที่เป็นลูกค้าธนาคารชนชาติจะได้เปรียบเทียบและเลือกแบบประกันที่ให้ผลตอบแทนและความคุ้มครองที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการ เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าธนาคารชนชาติ

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละรูปแบบของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

### ขอบเขตของการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เท่านั้น โดยทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งอาศัยแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการที่ธนาคารธนชาติ เขตพื้นที่ปทุมธานี โดยมีระยะเวลาตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2556 ถึงเดือน กันยายน 2556

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ใช้ในการพิจารณาซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าธนาคารธนชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนากระบวนการวางแผนในการทำตลาดของธนาคารธนชาติให้เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย และตลอดจนการออกแบบประกันชีวิตแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารธนชาติหรือกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต
2. ทำให้พนักงานของธนาคารธนชาติ ทราบความแตกต่างระหว่างทางเลือกพฤติกรรมการณ์เลือกซื้อประกันชีวิตและจะได้นำเสนอแบบประกันในการขายประกันลูกค้า เพื่อจะได้ทำการขายประกันแก่ลูกค้าได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

## นิยามศัพท์

**การประกันชีวิต** คือ วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสียอวัยวะทุพพลภาพและการสูญเสียรายได้ในยามชราโดยที่เมื่อบุคคลใดประสบภัยเหล่านั้นจะได้รับเงินส่วนเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัย

**ผู้เอาประกัน** คือ บุคคลที่ภัยอาจเกิดขึ้นหรือตัวแทนของผู้ที่ภัยอาจเกิดขึ้น ตามกฎหมาย หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งค่าเบี้ยประกัน

**ผู้รับประกัน** คือ สถาบันที่ทำหน้าที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกัน ในทางกฎหมาย หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งค่าเบี้ยประกัน

**กรมธรรม์** คือ เอกสารที่แสดงข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ ของสัญญาประกันภัยระหว่างผู้เอาประกันกับผู้รับประกันในกรมธรรม์ จะประกอบไปด้วยรายการต่างๆ เช่น ชื่อผู้รับประกัน ชื่อผู้เอาประกัน ชื่อผู้รับผลประโยชน์ วงเงินที่เอาประกัน วันที่ทำสัญญาและเงื่อนไขต่างๆ

**ทุนประกัน** คือ พันธะของผู้รับประกันต้องจ่ายตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ เมื่อภัยและความเสียหายเกิดขึ้นแก่ผู้เอาประกัน

**เบี้ยประกัน** คือ เงินที่ผู้เอาประกันต้องจ่ายให้แก่ผู้รับประกัน การจ่ายเบี้ยอาจจ่ายเป็นรายปี ราย 6 เดือน รายไตรมาส รายเดือน ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

**ตัวแทนประกันชีวิตและนายหน้าประกันชีวิต** คือ ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนบุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทและผู้ชี้ช่องทาง หรือการให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทโดยหวังบำเหน็จจากการนั้น

**ประกันชีวิตแบบบำนาญ** คือ เป็นการจ่ายค่าเบี้ยตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีการกำหนดการจ่ายเงินเป็นรายงวดเท่ากันทุกงวดหรือในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เอาประกันภัยก็ได้ โดยการจ่ายผลประโยชน์เงินบำนาญจะจ่ายตามการทรงชีพที่มีการรับรองจำนวนงวดในการจ่ายที่แน่นอนและมีกำหนดช่วงอายุของ

การจ่ายผลประโยชน์เงินบำนาญเมื่ออายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ถึงอายุ 85 ปี หรือกว่านั้นและต้องจ่ายเบี้ยประกันภัยครบถ้วนแล้วก่อนได้รับประโยชน์

**ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์** คือ แบบประกันที่จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกันชีวิต เมื่อมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา หรือว่าจ่ายเงินจำนวนเอาประกันให้แก่ผู้รับประโยชน์ ถ้าหากผู้เอาประกันเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนด การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์จะมีการกำหนดระยะเวลาในการคุ้มครองไว้แน่นอน เช่น 10 ปี 15 ปี 20 ปี หรือ 30 ปี

**ลูกค้าของธนาคารธนาคารในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี** คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารในสาขาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มุ่งศึกษาในประเด็นพฤติกรรมการณ์ที่ประกันชีวิตและปัจจัยของการเลือกรูปแบบทั้งแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้ายุคคนรุ่นใหม่ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหาและสามารถดำเนินการศึกษาได้อย่างถูกต้องครอบคลุมทุกประเด็น จึงได้ทำการตรวจเอกสาร ดังนี้

- 2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประกันชีวิต

### แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

#### ความหมายของการตัดสินใจ

วิเชียร ทวีลาภ (2527: 256) กล่าวว่า การตัดสินใจนั้นต้องอาศัยวิธีการอย่างน้อย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการพิจารณาไตร่ตรอง ศึกษาปัญหาที่แท้จริงและเลือกวิธีการแก้ปัญหานั้น และขั้นตอนการสั่งการ เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติ

มีผู้ให้นิยามความหมายของคำว่าตัดสินใจไว้หลายประการแต่มีความหมายในแนวเดียวกัน ดังนี้

อาทิตย์ โกศลกุล (2540: 159) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นปฏิบัติ หรือเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการซึ่งจะอาศัยข้อเท็จจริงและการตั้งใจประกอบสำหรับการตัดสินใจ



เซาว์ ไพรพิรุณโรจน์ (2530: 2) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจ

จินตนา จันทรโคตร (2530: 20-21) ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อศึกษาปัญหาและเลือกแนวทางปฏิบัติ ที่จะสามารถแก้ปัญหาและ นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุดซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญได้แก่ การพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกนำไปปฏิบัติและติดตามผลปฏิบัติ นอกจากนี้

ยุพาพร ศรีนุรักษ์ (2544: 32) ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของทางเลือกปฏิบัติที่มีอยู่หลายๆ วิธี ด้วยการพิจารณา ตรวจสอบและประเมินผลที่จะได้รับจากทางเลือกเหล่านั้น เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุด

Marriner (1980 อ้างถึงใน จินตนา, 2530: 4-5) กล่าวว่า การตัดสินใจนั้นเป็นการมองการตัดสินใจในรูปของการแก้ปัญหา เป็นกระบวนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง ซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่ การพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือกต่างๆ การตัดสินใจนำทางเลือกที่ตัดสินใจแล้วไปปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

Follett (1982: 328) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ใช้สติปัญญา มีขั้นตอนการวิเคราะห์แก้ไข เพื่อให้ผลที่ได้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และนำไปสู่การปฏิบัติได้ซึ่งเป็นเทคนิคจำกัดทางเลือกให้แคบลง โดยเลือกเอาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดหรือพอใจที่สุดในการดำเนินการ

จากความหมายตามทัศนะต่างๆ ข้างต้นอาจสามารถกล่าวสรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการเลือกปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากหลายๆ สิ่ง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยมีขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือกในการปฏิบัติ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติทางเลือกและการติดตามประเมินผลที่เลือกปฏิบัติ

## ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ชัยพร วิชชาวุธ (2525: 340-345) ได้แบ่งทฤษฎีซึ่งอธิบายวิธีการตัดสินใจของมนุษย์ออกตามรูปแบบของกระบวนการได้เป็น 2 ประเภท คือ

### 1. ทฤษฎีบรรทัดฐานหรือปทัสถาน (Normative of Prescriptive Theory)

ทฤษฎีนี้เสนอกระบวนการตัดสินใจที่มนุษย์ยึดถือเป็นหลักปฏิบัติ เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ โดยการกำหนดเป็นรูปแบบที่ค่อนข้างแน่นอน เพื่อก่อให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1.1 กลุ่มทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักเหตุผล (Rational Comprehensive Decision Making)

1.2 กลุ่มทฤษฎีส่วเพิ่มหรือการปรับส่วน (Incrementalism)

1.3 กลุ่มทฤษฎีแบบผสม

ซึ่งรูปแบบของทฤษฎีทั้ง 3 กลุ่มนี้ ถูกนำไปใช้อย่างมากในกระบวนการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ เพื่อนำมาปฏิบัติเป็นนโยบายสาธารณะ โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มทฤษฎีดังนี้

1.1 กลุ่มทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักเหตุผล เป็นกลุ่มที่ตั้งอยู่บนฐานคติ 2 ประการ คือ

1.1.1 ในการกำหนดนโยบายสามารถจัดเรียงลำดับความสำคัญของเป้าหมายได้ ตลอดจนเรียงลำดับความต้องการและคุณค่าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้

1.1.2 สามารถพิจารณาทางเลือกต่างๆ ได้ทุกทางเลือก พร้อมทั้งคำนวณถึงผลดีผลเสียของแต่ละทางเลือกได้ ทั้งนี้เพื่อทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จต่อไป

1.2 กลุ่มทฤษฎีส่วเพิ่มหรือการปรับส่วน เป็นกลุ่มที่ปฏิเสธฐานคติพื้นฐานของกลุ่มทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักเหตุผลอย่างสิ้นเชิง โดยกล่าวว่าในทางปฏิบัติแล้วเป็นไปได้ จากข้อจำกัดทางด้านเวลา ความรู้ งบประมาณ รวมทั้งทรัพยากรและข้อมูลต่างๆ อีกด้วย นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้ว การที่ผู้ทำการตัดสินใจเลือกที่จะทำการตัดสินใจตามกลุ่มทฤษฎีเพราะความไม่แน่นอนของผลที่จะเกิดขึ้น

จากแนวทางใหม่แตกต่างไปจากเดิมเท่านั้น ดังเช่นที่ Simon (อ้างถึงใน นัยวัฒน์, 2533) กล่าวไว้ในเรื่อง การตัดสินใจว่า คนเรานั้นในการจะเลือกทางเลือก เมื่อเขาพบทางเลือกซึ่งเป็นที่พอใจจนเห็นว่าใช้การได้แล้ว ซึ่งนั่นก็เป็นทางเลือกซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับของเดิม เว้นเสียแต่ว่าทางเลือกเหล่านั้นจะไม่เป็นที่พอใจ จึงจะหันไปพิจารณาทางเลือกที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างมาก

1.3 กลุ่มทฤษฎีแบบผสม เป็นกลุ่มทฤษฎีที่พยายามนำเอาส่วนดีของทั้งสองกลุ่มมาผสมผสานกัน โดยเสนอว่า ให้ผู้ทำการตัดสินใจทำการพิจารณาทางเลือกต่างๆ อย่างคร่าวๆ โดยทั่วไป และเมื่อให้ความสนใจทางเลือกใดเป็นพิเศษ ก็ให้นำทางเลือกนั้นมาพิจารณาอย่างถี่ถ้วนอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งวิธีนี้ยังเป็นที่ถกเถียงในวงวิชาการอยู่ว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่เพียงใด

## 2. ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory)

ทฤษฎีนี้ มุ่งอธิบายกระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในมนุษย์ทั่วไป ซึ่งทำการตัดสินใจ โดยใช้ความรู้สึกนึกคิด โดยมีความเป็นรูปแบบและความถูกต้องแน่นอนน้อยกว่าแบบแรก สำหรับการตัดสินใจของผู้บริหารนั้นค่อนข้างที่จะเป็นไปตามแนวทางของทฤษฎีพรรณนามากกว่า เนื่องจากการตัดสินใจของผู้บริหารนั้นย่อมขึ้นกับปัจจัยหลายประการทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับส่วนบุคคลและเกี่ยวกับสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ

### แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต

ความสำคัญและประโยชน์ของการทำประกันชีวิต (บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด, 2536: 10) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการทำประกันชีวิตว่าการประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันที่มั่นคงให้กับผู้เอาประกัน หากประชาชนคนไทยทุกคนมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่เป็นหลักประกันรายได้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยคงจะเป็นสังคมที่น่าอยู่ปัญหาต่างๆ ทางสังคมคงจะมีน้อยลง เพราะการประกันชีวิตให้ประโยชน์ต่อบุคคล

ชูเกียรติ ประมูลผล (2544: 37) กล่าวว่า การประกันชีวิตเป็นการกระทำที่เกี่ยวกับคุณค่าทางเศรษฐกิจของชีวิตมนุษย์ ชีวิตคนเราจะมีค่านั่นอยู่ที่ความสามารถในการเลี้ยงชีพ และความเป็นที่พึ่งของคนอื่นๆ เช่น เป็นที่พึ่งของครอบครัวและทางธุรกิจ ประโยชน์ของการประกันชีวิตมี 3 ทางคือ

## 1. ประโยชน์ต่อครอบครัว (Family Purposes)

1.1 ให้ความคุ้มครองต่อครอบครัว ทุกวันนี้นั้นมนุษย์อยู่เป็นครอบครัว ซึ่งครอบครัวเป็นหน่วยเล็กที่สุดที่ประกอบเป็นสังคมหรือชุมชน ดังนั้นมนุษย์จึงมีความเกี่ยวข้องและมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

1.2 ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์ จำนวนเบี้ยประกันที่ผู้เอาประกัน ได้ชำระแก่บริษัททุกงวดนั้น ส่วนหนึ่งจะถูกจัดสรรเป็นค่าคุ้มครองหรือส่วนเฉลี่ยในการชดใช้การตายประจำปี ส่วนที่เหลือจะเป็นเงินออมกรรมธรรม์ ซึ่งการประกันชีวิตเป็นการเก็บออมที่มีเป้าหมายแน่นอน เงินที่ออมไว้นี้นำไปใช้ได้ยากมาก ยกเว้นในกรณีที่เป็นจริงๆ ดังนั้นกล่าวได้ว่า การประกันชีวิตคือวิธีเก็บออม กองทุนยามฉุกเฉิน ที่ดีที่สุด

1.3 ให้ประโยชน์ด้านการลงทุน คือ มีการได้รับกำไรหรือได้ดอกผลเช่นเดียวกับการลงทุนประเภทอื่นๆ เช่นกัน การลงทุนในธุรกิจใดๆ ของบุคคลใด ถ้าได้ลงทุนซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไว้ด้วยแล้ว ถือว่าเป็นการกระทำที่สุ่มรอบคอบ เพราะถ้าเกิดธุรกิจประสบความล้มเหลว ก็จะมีหลักประกันในกรรมธรรม์ประกันชีวิต

1.4 ทำให้มีรายได้ในยามเจ็บป่วย ทูพพลภาพและชราภาพ

1.5 ก่อให้เกิดอุปนิสัยประหยัด คือ การทำประกันชีวิตช่วยปลูกฝังให้รู้จักประหยัดในหมู่ประชาชนทั่วไป รวมถึงสามารถใช้จ่ายเงินไปในทางที่เป็นประโยชน์อีกด้วย

1.6 ช่วยปลูกฝังให้เกิดความรักและความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัว

## 2. ประโยชน์ทางด้านธุรกิจ (Business Purposes)

ให้ความคุ้มครองต่อธุรกิจ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า เศรษฐกิจของประเทศจะมีความมั่นคงนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความมั่นคงของธุรกิจต่างๆ ที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ความเจริญรุ่งเรืองหรือความเสื่อมสลายขององค์การธุรกิจหนึ่งๆ นั้นมักขึ้นอยู่กับบุคคลที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจนั้น เช่น ประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ เป็นต้น เมื่อมีการเจ็บป่วยหรือเสียชีวิตเกิดขึ้น อาจทำให้ธุรกิจชะงักหรือต้องหยุดกิจการ ด้วยเหตุนี้ ถ้ามีการป้องกันไว้ก่อน ก็ควรต้องมีการประกันชีวิตบุคคลที่เป็น

กลไกสำคัญของงานไว้ เพื่อให้ผู้สืบทอดธุรกิจหรือผู้เป็นหุ้นส่วนในธุรกิจสามารถมีทุนในการดำเนินกิจการต่อไป เป็นการรักษาไม่ให้บริษัทล้มละลายและเป็นการรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย การประกันในลักษณะเช่นนี้เรียกว่าการประกันธุรกิจ

### 3. ประโยชน์ต่อสังคมทั่วไป (Social Purposes)

3.1 ช่วยในการสะสมทุนเพื่อพัฒนาประเทศ ประเทศไทยซึ่งอยู่ในระหว่างการเร่งรัดพัฒนาปัจจัยที่ขาดไม่ได้ก็คือ เงินกองทุนหรือเงินก้อนใหญ่สำหรับพัฒนาประเทศ ธุรกิจประกันชีวิตเป็นรูปแบบของการระดมทุนภายในประเทศชนิดหนึ่ง กล่าวคือ เงินเบี้ยประกันที่ผู้เอาประกันชำระให้แก่บริษัทประกัน เมื่อนำมารวมกันแล้วก็จะเงินก้อนใหญ่สามารถให้รัฐบาลหรือเอกชนกู้ยืมไปประกอบกิจการต่างๆ ได้ นอกจากนั้นเงินเบี้ยประกันที่บริษัทได้รับจากผู้เอาประกันชีวิตเป็นเงินที่ฝากในระยะยาวเหมาะที่จะให้กู้ยืมไปลงทุนได้

3.2 ส่งเสริมให้เกิดสันติสุขและความมั่นคงปลอดภัยในสังคม ซึ่งความปรารถนาสูงสุดของมนุษย์นั้น คือ ต้องการมีชีวิตอยู่อย่างผาสุกและมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต นั่นคือ ไม่มีความวิตกกังวลในอนาคตข้างหน้า ปัจจัยในการดำรงชีวิตที่มีอยู่จะต้องมีอยู่ต่อไปเรื่อยๆ โดยไม่มีการสะดุดหยุดลง การประกันชีวิตเป็นการชดใช้การสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการสูญเสียชีวิต ทุพพลภาพ ความชราภาพ เป็นการประกันความคงอยู่ของปัจจัยในการดำรงชีพ นั่นคือ เป็นการประกันความสุขและความมั่นคงปลอดภัยของมนุษย์นั่นเอง

### ลักษณะของการประกันชีวิต

ชูศรี พันธุ์ทอง (2534: 5–6) กล่าวว่า การประกันภัยที่สมบูรณ์จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ภัยที่จะเอาประกันได้จะต้องเป็นภัยอย่างแท้จริง (Pure Risks) ผู้เอาประกันจะต้องได้รับความเสียหายอย่างแท้จริงหรือจะต้องตกอยู่ภายใต้การคุกคามของภัยที่อาจจะทำลายชีวิต หรือทรัพย์สิน หรือสิทธิตามกฎหมาย เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ภัยจะเกิดขึ้นและทำความเสียหาย และภัยเหล่านี้เป็นภัยที่ผู้เอาประกันไม่ต้องการให้เกิดขึ้นแต่ไม่ใช่เป็นการต่อรองหรือทำนายล่วงหน้าว่าภัยจะเกิดขึ้นหรือไม่ หรือผู้เอาประกันต้องการให้เกิดขึ้นเองเพื่อที่จะได้รับชดใช้ค่าเสียหายโดยมีเจตนาทุจริต เพื่อหวังผลประโยชน์หรือกำไรจากการเอาประกัน

2. ภัยต้องมีความสำคัญมากพอ คือ เป็นภัยที่อาจเกิดขึ้นทำความเสียหายได้จริงๆ เช่น ไฟไหม้ อุบัติเหตุ โรคภัยไข้เจ็บ ต่างๆ รถชน เสียชีวิต น้ำท่วม เป็นต้น แต่ถ้าเกิดความเสียหายเพียงเล็กน้อย ผู้เอาประกัน อาจจะต้องรับผิดชอบด้วยตัวเอง เพราะถ้าให้บริษัทรับชดใช้ค่าเสียหายในกรณีเล็กๆ น้อยๆ เช่นนี้ ผู้ประกัน จะต้องจ่ายเงินเบี้ยประกันเพิ่มขึ้น เพราะบริษัทจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าเบี้ยประกันที่จะได้รับ ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายที่มากเกินไปจนเกินกว่าความจำเป็นของผู้เอาประกัน และได้ผลไม่คุ้มค่าใช้จ่ายไปด้วย

3. ต้นทุนของการประกันภัยต้องไม่สูงเกินไปหรือต่ำเกินไป กล่าวคือ การคิดเบี้ยประกันต้องเป็นไปตามหลักประหยัดและยุติธรรม เพื่อที่การประกันภัยจะได้ให้ประโยชน์ต่อผู้เอาประกันอย่างเต็มที่ คือ เบี้ยประกันจะต้องต่ำจนถึงขนาดที่ว่าไม่ทำให้บริษัทขาดทุน และบุคคลส่วนใหญ่ สามารถทำการประกันภัยได้

4. ภัยประเภทเดียวกันต้องมีจำนวนมากพอ เพื่อที่จะได้หาจำนวนเฉลี่ยของโอกาสที่ภัยจะเกิดขึ้น และขนาดของความเสียหายทั้งนี้เพราะว่า บริษัทจะต้องเก็บเบี้ยประกันจากผู้เอาประกันให้ได้เพียงพอกับจำนวนความรับผิดชอบ ที่บริษัทจะต้องจ่ายให้แก่ผู้เอาประกัน ที่ได้รับความเสียหาย นอกจากนี้ยังมีประโยชน์ในการช่วยกระจายภัย ทำให้ความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นมีขนาดไม่มากเกินไป

สำหรับคู่มือวิชาการประกันภัย (2549: 47-53) กล่าวว่า หลักสำคัญพื้นฐานของสัญญาประกันภัยมีอยู่ 6 ประการ คือ

#### 1. หลักส่วนได้เสียในเหตุประกันภัย (Principle of Insurable Interest)

หมายถึง ส่วนได้เสียที่อาจเอาประกันภัยได้ กล่าวคือ ผู้เอาประกันภัยจะต้องมีกรรมสิทธิ์ สิทธิประโยชน์หรือความรับผิดชอบตามกฎหมายในวัตถุที่เอาประกันภัยในขณะที่ทำสัญญาประกันภัย หลักส่วนได้เสียในเหตุประกันภัยเป็นหลักสำคัญพื้นฐานของการประกันภัย หลักข้อนี้ไม่เพียงแต่เป็นแนวความคิดทางกฎหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นแนวความคิดทางศีลธรรมด้วยอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ 2 ประการ คือ

1.1 ช่วยมิให้การประกันภัยเป็นการพนัน เพราะการที่บุคคลใดเอาประกันภัยในสิ่งที่เขาไม่มีความเกี่ยวข้อง เขาย่อมไม่ได้รับความเสียหายเมื่อสิ่งนั้นถูกทำลายหรือเสียหาย ฉะนั้น การที่เขาได้รับค่าสินไหมทดแทน เมื่อเกิดความเสียหายนั้นย่อมเป็นการไม่ถูกต้อง เพราะเท่ากับอนุญาตให้มีการพนันในรูปของสัญญาประกันภัย

1.2 เพื่อเป็นการป้องกันวัตถุที่เอาประกันภัยไม่ให้เกิดความเสียหายโดยจงใจ ถ้าผู้เอาประกันภัยไม่มีกรรมสิทธิ์หรือประโยชน์อันใดในทรัพย์สินที่เอาประกันภัยแล้ว เขาจะไม่ได้รับความเสียหายหากเกิดวินาศภัยกับทรัพย์สินนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าเขามีสิทธิ์หรือประโยชน์ในทรัพย์สินที่เอาประกันภัยแล้ว เขาจะหวงแหนและเสียค่าเบี้ยประกันภัยไม่ยินยอมให้เกิดความเสียหายกับทรัพย์สินนั้น

## 2. หลักสุจริตอย่างยิ่ง (Principle of Utmost Good Faith)

เนื่องจากสัญญาประกันภัยต้องอาศัยเหตุการณ์ในอนาคต อันไม่แน่นอนมาเป็นปัจจัยในการกำหนดการชำระค่าสินไหมทดแทนของผู้รับประกันภัย โดยผู้รับประกันภัยจะต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ ของผู้เอาประกันภัยเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะเข้ารับเสี่ยงภัยหรือไม่ ดังนั้น ผู้เอาประกันภัยจะต้องเปิดเผยข้อความจริงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมของการเสี่ยงภัยนั้นของผู้เอาประกันภัยให้ผู้รับประกันภัยทราบโดยละเอียด หน้าที่การเปิดเผยข้อความจริงตามหลักสุจริตอย่างยิ่งนี้ ปัจจุบันใช้เป็นหลักของสัญญาประกันภัยในทุกประเทศที่มีกิจการประกันภัยและมีกฎหมายประกันภัย

## 3. หลักการชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริง (Principle of Indemnity)

เป็นข้อกำหนดมิให้ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประกันภัยได้รับกำไรจากการเกิดภัยตามสัญญา อันจะเป็นเหตุชักจูงให้มีการเกิดวินาศภัยโดยเจตนา เพื่อหวังจะได้รับผลประโยชน์จากสัญญาประกันภัย หลักข้อนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมและแตกต่างกับการพนัน ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

3.1 การพนันจะจ่ายเงินเป็นกำไรให้แก่ผู้พนัน เมื่อได้ชนะพนันตามจำนวนที่ได้ตกลงกันไว้ แต่การประกันภัยเป็นการจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง ไม่มีส่วนที่เป็นกำไรแต่อย่างใด

3.2 การพนันจะจ่ายเงินให้กับผู้ใดก็ได้ที่เข้าเล่นการพนันนั้น แต่การประกันภัยเป็นการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับผู้มีส่วนได้เสียในขณะที่เกิดภัยเท่านั้น ถ้าในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยไม่มีส่วนได้เสียในภัยที่เกิด แม้จะเป็นคู่สัญญาประกันภัยที่มีผลบังคับได้ตามกฎหมายก็ไม่มีสิทธิ์ได้รับค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัย เพราะเขาไม่ได้รับความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้น

3.3 การพนันไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้เลยว่าฝ่ายใดจะเป็นฝ่ายชนะหรือฝ่ายแพ้ แต่การประกันภัยเมื่อผู้เอาประกันภัยได้ชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยแล้ว ย่อมเป็นที่ทราบแน่ชัดว่าเมื่อเกิดวินาศภัยแล้วผู้เอาประกันภัยจะได้รับการชดใช้ค่าเสียหายจากผู้รับประกันภัย

#### 4. หลักการรับช่วงสิทธิ์ (Principle of Subrogation)

หลักการรับช่วงสิทธิ์ได้ถูกบัญญัติขึ้น เพื่อให้มีความสัมพันธ์กับหลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริง เพื่อให้บุคคลภายนอกซึ่งเป็นผู้ก่อให้เกิดภัยนั้นต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่ตนได้กระทำให้เกิดขึ้นตามกฎหมาย และเพื่อให้ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ที่ได้รับค่าสินไหมทดแทนไปตามค่าเสียหายที่แท้จริงแล้ว ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจำนวนนั้นจากบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นผู้ก่อความเสียหายได้อีกเพราะสิทธิดังกล่าวผู้รับประกันภัยได้รับช่วงไปแล้วตามกฎหมาย ผู้เอาประกันภัยจะเรียกร้องค่าเสียหายจำนวนเดียวกันทั้งจากผู้ก่อภัยและผู้รับประกันภัยไม่ได้ และไม่ว่ากรณีใดผู้รับประกันภัยจะรับช่วงสิทธิ์เกินกว่าจำนวนที่ตนจ่ายค่าสินไหมทดแทนไปไม่ได้

#### 5. หลักการเฉลี่ย (Principle of Contribution)

หลักเกณฑ์นี้เป็นสิ่งสนับสนุนหลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริง มีความมุ่งหมายให้ผู้รับประกันในวัตถุที่เอาประกันภัยอันเดียวกัน ความเสี่ยงภัยอันเดียวกันและมีส่วนได้ส่วนเสียอันเดียวกัน ต้องรับผิดชอบในส่วนของความเสียหายที่ผู้รับประกันภัยแต่ละคนมีอยู่ตามสัญญาประกันภัยแต่ละฉบับเป็นอัตราส่วนกับจำนวนเงินที่ตนได้รับประกันภัยไว้ ฉะนั้น แม้ผู้เอาประกันภัยจะมีกรรมกรรมหลายฉบับ เมื่อมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ผู้เอาประกันภัยก็ยังคงได้รับค่าสินไหมทดแทนรวมกันแล้วทำกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น

#### 6. หลักสาเหตุใกล้ชิด (Principle of Proximate Cause)

เป็นหลักซึ่งกำหนดให้ผู้รับประกันภัยชดใช้ค่าสินไหมทดแทนอันเนื่องมาจากความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสาเหตุใกล้ชิดกับภัยที่ทำประกันภัยไว้ สาเหตุใกล้ชิด คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องโดยไม่ขาดตอน (Unbroken chain of events) และเป็นผลโดยตรงจากภัยที่ได้รับประกันไว้ในสัญญาประกันภัย สาเหตุสำคัญของหลักสาเหตุใกล้ชิด ซึ่งผู้รับประกันภัยจะต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทน มีดังนี้



6.1 ต้องมีภัยที่รับประกันภัยไว้เกิดขึ้นจริง

6.2 ความเสียหายที่เกิดขึ้น กับวัตถุที่เอาประกันภัย เป็นผลโดยตรงจากภัยที่ระบุไว้ในสัญญาประกันภัย

6.3 เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นต่อเนื่องกันโดยไม่ขาดตอน

6.4 ในกรณีที่มีภัยหลายชนิดเกิดขึ้นไม่พร้อมกัน ภัยชนิดแรก ไม่ว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายมากหรือน้อยจะต้องเป็นสาเหตุใกล้ชิด แม้ว่าภัยที่มาทีหลังจะทำให้เกิดความเสียหายกับผู้เอาประกันภัยมากกว่าก็ตาม

### ประเภทของการประกันชีวิต

#### 1. การประกันชีวิตประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance)

มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิตได้ที่เกิดจากที่ผู้เอาประกันเสียชีวิตไป หรือเป็นการออมทรัพย์สำหรับผู้เอาประกันตามระยะเวลาที่ต้องการ มีลักษณะเป็นการประกันชีวิตรายบุคคล โดยที่แต่ละกรมธรรม์มีจำนวนเงินเอาประกันชีวิตสูงพอสมควร และมีการจ่ายเบี้ยประกันเป็นรายปีรายครึ่งปี รายสามเดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับผู้เอาประกัน

#### 2. การประกันชีวิตแบบอุตสาหกรรม (Industrial Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตเพื่อช่วยเหลือจุนเจือครอบครัวของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม หรือครอบครัวชนชั้นกรรมกรซึ่งมีรายได้ต่ำ ไม่สามารถจ่ายเบี้ยประกันแบบสามัญได้ จำนวนเงินเอาประกันแต่ละรายมีจำนวนไม่สูงมากนัก แต่ลักษณะของความคุ้มครองเป็นเช่นเดียวกับการประกันแบบสามัญ ในการจ่ายเบี้ยประกันผู้เอาประกันสามารถเลือกจ่ายเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือนก็ได้ การประกันชีวิตแบบนี้มักจะไม่มีการตรวจสุขภาพ ทั้งนี้เนื่องจากอัตราค่าเบี้ยประกันค่อนข้างต่ำ อาจทำให้บริษัทผู้รับประกันไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปเพื่อการนี้

### 3. การประกันชีวิตกลุ่มหรือการประกันชีวิตหมู่ (Group Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตของบุคคลหลายๆ บุคคลภายใต้กรมธรรม์ประกันชีวิตฉบับเดียวส่วนมากจะเป็นพนักงานของบริษัท หรือ โรงงานอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีเงื่อนไขที่จะจ่ายให้ กับผู้รับประโยชน์ตามจำนวนเงินเอาประกันที่ได้ระบุไว้ โดยนายจ้างเป็นผู้จ่ายเบี้ยประกันชีวิต หรือนายจ้างและลูกจ้างร่วมกันจ่ายเบี้ยประกันชีวิต ผู้รับประโยชน์จะต้องเป็นคนที่มีอายุเอาประกันระบุไว้ในกรมธรรม์ แต่จะต้องไม่ใช่ นายจ้าง จุดมุ่งหมายของการทำประกันชีวิตแบบนี้ก็เพื่อคุ้มครองลูกจ้างในองค์กรที่ได้รับบาดเจ็บ ทุพพลภาพหรือสูญเสียชีวิตลง ไม่ว่าจะเนื่องจากการปฏิบัติงานในหน้าที่หรือไม่ก็ตาม การประกันแบบนี้โดยทั่วไปไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ

**ชนิดของกรมธรรม์ประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ดังนี้**

1. ชนิดมีเงินปันผล (Participating Policy) เป็นการเอาประกันชีวิตที่มีลักษณะเหมือนกับการถือหุ้นของบริษัทประกันชีวิต อัตราเบี้ยประกันสูงกว่าแบบไม่มีเงินปันผล เพราะมีการบวกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและกำไรของบริษัทหรือส่วนบวกเพิ่ม (Loading) ในเบี้ยประกันภัยสุทธิ (Net Premium) แต่การประกันชีวิตแบบนี้ผู้เอาประกันจะมีส่วนร่วมในการลงทุนด้านค่าใช้จ่าย เมื่อบริษัทบริหารงานมีกำไรจะได้รับเงินปันผลซึ่งเกิดจากผลกำไรของบริษัท ซึ่งมีเงื่อนไขว่าจะได้รับเมื่อทำประกันชีวิตถึงสิ้นปีที่ 2 หรือสิ้นปีที่ 3 แล้วแต่รูปแบบของกรมธรรม์ โดยผู้เอาประกันชีวิตจะขอรับได้ 3 วิธี คือ ขอรับเป็นเงินสด ใ้ลดเบี้ยประกันชีวิต หรือฝากสะสมไว้กับบริษัทโดยได้รับดอกเบี้ย ก็ได้

2. ชนิดไม่มีเงินปันผล (Non Participating Policy) เป็นการเอาประกันชีวิตทั่วไป อัตราเบี้ยประกันต่ำกว่าแบบมีเงินปันผล เพราะผู้เอาประกันไม่ได้รับส่วนแบ่งจากผลกำไรของบริษัท

#### **ทฤษฎีและหลักพื้นฐานทางสถิติที่ใช้สำหรับการประกันชีวิต**

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิตอาศัยหลักพื้นฐานทางสถิติที่จำเป็น เพื่อนำมาใช้คำนวณความเสี่ยงภัยและ ใช้กำหนดอัตราเบี้ยประกันของผู้เอาประกันภัย ทฤษฎีต่างๆ มีดังนี้

## 1. ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Theory of Probability)

ชนิทร์ สิงห์รุ่งเรือง (2545: 18) กล่าวถึงทฤษฎีความน่าจะเป็นนี้ว่า ในการประกันภัย บริษัทประกันภัย จะอาศัยหลักของทฤษฎีนี้กับสถิติการสูญเสียในอดีต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคาดคะเนในอนาคตว่าจะเกิดการสูญเสียเท่าใด ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ต้องเรียกเก็บจากผู้เอาประกันภัยให้เพียงพอที่จะนำไปชดเชยค่าสินไหมทดแทน เมื่อมีภัยเกิดขึ้นในอนาคตตามที่ได้รับประกันภัยไว้ การนำทฤษฎีความน่าจะเป็นมาใช้ในทางการประกันชีวิตมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดอัตราเบี้ยประกันให้เหมาะสมกับการประกันชีวิตแต่ละประเภท เพราะลักษณะและจำนวนความสูญเสียที่เกิดขึ้นจะมีลักษณะแตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องคาดการณ์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยนำทฤษฎีความน่าจะเป็นนี้มาประมาณค่าความสูญเสียที่เกิดขึ้นนั้น

## 2. กฎแห่งจำนวนมาก (Law of large number)

ชูศรี พันธุ์ทอง (2534: 30) กล่าวถึงกฎแห่งจำนวนมากไว้ว่า การเสี่ยงภัยของผู้รับประกันที่สำคัญอันหนึ่ง คือ เขาไม่สามารถทราบได้ว่าความน่าจะเป็นของการเกิดความเสียหายที่แท้จริงมีค่าเท่าใดแน่ เขาต้องประมาณความน่าจะเป็นที่แท้จริงนี้โดยการทำการทดลอง ซึ่งผลที่ได้ออกมาจะมีค่าไม่ถูกต้องนักและขึ้นอยู่กับขนาดความไม่แน่นอน กฎแห่งจำนวนมากจะช่วยแก้ปัญหานี้ได้ เพราะกฎนี้จะบอกผู้รับประกันได้ว่า เขาสามารถจะได้ค่าตอบแทนที่เขาต้องการอย่างถูกต้อง โดยการเพิ่มจำนวนค่าสังเกตให้มากขึ้นโดยไม่จำกัดจำนวน (Infinity) ดังนั้น ถ้าเราไม่ทราบความน่าจะเป็นของการเกิดของเหตุการณ์ที่แน่นอนแล้ว เราสามารถที่จะประมาณค่าให้ถูกต้องได้มากขึ้นโดยการเพิ่มจำนวนการสังเกตของเราในวิธีการสุ่มตัวอย่างได้ ค่าเฉลี่ยของจำนวนที่มากของค่าสังเกตทั้งหมดจะประมาณได้ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยที่แท้จริงของประชากร

ชนิทร์ สิงห์รุ่งเรือง (2545: 19) กล่าวว่า กฎแห่งจำนวนมาก หมายถึง การคาดคะเนหรือคำนวณหาโอกาสของความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์ หรือจะมีความเป็นจริงมากขึ้น หากจำนวนตัวอย่างหรือข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์นั้นมีมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันแต่ละประเภทของบริษัทประกันภัย

บริษัทประกันชีวิตได้อาศัยคุณประโยชน์ของกฎนี้ ทำการพิจารณาถึงความเสี่ยงภัยโดยให้มีจำนวนรายมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และคำนวณอัตราเบี้ยประกัน ให้เพียงพอสำหรับการสูญเสียที่คาดไว้ในอนาคต

### 3. กฎของการเฉลี่ย (Law of Average)

นิซามล ดันติวนิชชานนท์ (2548: 39) กล่าวว่า กฎของการเฉลี่ยเป็นหลักสำคัญในการประกันภัย เนื่องจากการประกันภัยเป็นแผนเฉลี่ยความเสี่ยงภัย ที่จะเกิดขึ้นระหว่างผู้ร่วมเสี่ยงภัยหรือผู้เอาประกันภัยด้วยกันในรูปของเบี้ยประกันภัย กรณีกลุ่มของผู้เอาประกันภัยมีมาก ความเสี่ยงภัยจะถูกเฉลี่ยให้น้อยลง ทำให้ค่าเบี้ยประกันภัยมีอัตราต่ำลง ในทางตรงกันข้าม กรณีกลุ่มของผู้เอาประกันภัยมีน้อย ความเสี่ยงภัยจะถูกเฉลี่ยให้น้อยลง ทำให้ค่าเบี้ยประกันภัยมีอัตราสูงขึ้น

### 4. อัตราการตาย (Rate of Mortality)

เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการคำนวณเบี้ยประกันชีวิต หมายถึง อัตราการตายของผู้ทำประกันชีวิตที่ประมาณได้ ซึ่งการคาดการณ์อัตราการตายจะศึกษาจากอัตราการตายของกลุ่มผู้ทำประกันชีวิต มิใช่ผู้ทำประกันชีวิตคนใดคนหนึ่ง อัตราการตายที่อายุใดอายุหนึ่งจึงใช้แทนอัตราการตายเฉลี่ยของกลุ่มคนที่มีอายุนั้นๆ

## งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประกันชีวิต

สุดใจ เดชชนมมงคลชัย (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครและในเขตปริมณฑล ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 286 ตัวอย่าง และใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจประกันชีวิต สภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ตลอดจนวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่าค่าเบี้ยประกันภัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซนต์ ระดับรายได้ของผู้เอาประกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตใน

ทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1 ปีของธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิต ในทิศทางตรงกันข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซนต์ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซนต์ อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางตรงกันข้ามแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติจากงานวิจัยนี้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อการทำประกันชีวิตของผู้เอาประกันขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้เอาประกัน ค่าเบี้ยประกันชีวิต อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1 ปีของธนาคารพาณิชย์ไทย อัตราผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต ส่วนอายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมิตดา เวียงสงค์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้าบริษัท กรุงไทยเอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการ ศึกษาพบว่า เหตุผลที่ประชาชนตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทเอกซ่าขึ้นอยู่กับ เบี้ยประกัน การจ่ายสินไหมทดแทน โดยที่เพศและอายุของผู้เอาประกันชีวิตไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบริษัท การบริการลูกค้ามีส่วนในการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับทางบริษัท จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าเพื่อเป็นการไม่เอาเปรียบกันและกันระหว่างลูกค้าและบริษัทประกันชีวิต บริษัทน่าจะมีการศึกษารูปแบบของการประกันชีวิตใหม่ๆ ที่สนองตอบความต้องการของลูกค้าคนไทยในยุคโลกาภิวัตน์และบริษัทควรฝึกอบรมตัวแทนในเรื่องคุณสมบัติตัวแทนประกันชีวิต รวมถึงเรื่องเทคนิคการจูงใจการให้บริการเพื่อชักจูงให้ผู้ที่สนใจเห็นความจำเป็นในการทำประกันชีวิตมากขึ้น

มาลินี เศษฐ์โชติศักดิ์ (2534: 121-125) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย เพื่อจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย ทั้งทางด้านจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต และมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตรับสุทธิของประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติปีมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อน ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในกรณีจำนวนกรมธรรม์และมูลค่าเบี้ยประกันชีวิต พบว่าจำนวนประชากร อัตราการตาย จำนวนตัวแทนประกันชีวิตและจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อปีก่อน หรือจำนวนมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตเมื่อปีก่อน มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซนต์ และค่า Coefficient of Determination (R-Square) 99.59 เปอร์เซนต์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนกรมธรรม์มากที่สุดคือ จำนวนประชากร รองลงมาคือ อัตราการตาย จำนวนตัวแทนประกันชีวิต และจำนวนกรมธรรม์ปีก่อน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตมากที่สุดคือ จำนวนประชากร อัตราการตาย มูลค่าเบี้ยประกันชีวิต และจำนวนตัวแทนประกันชีวิต ตามลำดับ ส่วนผลการศึกษาสัดส่วนเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่างๆ

โดยจำแนกตามรายภาค พบว่า สัดส่วนของจำนวนประชากรต่อจำนวนกรรมธรรม์ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนมากที่สุด และกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนต่ำที่สุด สัดส่วนของจำนวน กรรมธรรม์ต่อจำนวนตัวแทนประกันชีวิตของภาคกลางมีสัดส่วนมากที่สุด สำหรับสัดส่วนของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนต่ำที่สุด สัดส่วนของมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อจำนวนประชากรของ กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนมากที่สุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนต่ำที่สุด และสัดส่วนของมูลค่าเบี้ย ประกันชีวิตต่อตัวแทนประกันชีวิตของกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนมากที่สุด ส่วนภาคใต้มีสัดส่วนต่ำที่สุด การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่า รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมการประกันชีวิตโดยมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป รวมทั้งบรรจุเป็นหลักสูตรของการศึกษาเนื่องจากตัวแทนประกันชีวิต มี บทบาทที่สำคัญ ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตควรมีการอบรมตัวแทนประกันชีวิตเพื่อให้มีคุณภาพ จรรยาบรรณ และ ความซื่อสัตย์ต่ออาชีพให้มากขึ้น

สำหรับงานวิจัยของอำพันธ์ เอ็มอิม (2538: 57-59) ได้ทำการศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการ ทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบ สอบถามเพื่อ ศึกษาหาความสัมพันธ์ และนำนักความสำคัญของปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกัน ชีวิต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบางประการซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ บทบาทของตัวแทนประกันชีวิต ความรู้ด้านการประกันชีวิต เจตคติที่มีต่อการทำประกันชีวิตมี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนน้ำหนักของความสำคัญของ ปัจจัยบางประการส่งผลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ บทบาทของ ตัวแทนประกันชีวิต ความรู้ด้านการประกันชีวิต และรายได้ ส่วนเจตคติที่มีต่อการทำประกันชีวิต และ สถานภาพสมรสส่งผลต่อการทำประกันชีวิตอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำ ประกันชีวิตของประชาชนโดยตรงได้แก่บทบาทของตัวแทนประกันชีวิต ความรู้ด้านการทำประกันชีวิต รายได้ เจตคติที่มีต่อการประกันชีวิต และสถานภาพสมรสปัจจัยที่มีผลทางอ้อมต่อการทำประกันชีวิต ได้แก่ ระดับการศึกษา และอายุ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของประชาชน คือ เพศ และอาชีพ จะเห็นว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับการวิจัยของ สุดใจ เศรษฐนวมงคลชัย ที่พบว่าเพศไม่มีผล ต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของประชาชน

วรกร สุทธิเวชชะกร (2547) ได้ศึกษาการตัดสินใจทำประกันชีวิตประเภทกลุ่ม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดการตัดสินใจทำประกันชีวิตประเภทกลุ่ม โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้ จากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนายจ้าง หรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจำนวนทั้งหมด 250 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ

นอกจากนี้ยังทำการศึกษาลักษณะทั่วไปของหน่วยงานที่ทำและไม่ทำประกันชีวิตประเภทกลุ่ม และลักษณะทั่วไปของการประกันชีวิตประเภทกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าทางสถิติได้แก่ ค่าร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า โอกาสที่หน่วยงานจะตัดสินใจทำประกันชีวิตประเภทกลุ่มมีมากขึ้น ในกรณีที่มีลูกจ้างจำนวนมาก และมีลูกจ้างส่วนใหญ่ทำงานในโรงงาน แต่จะมีโอกาสที่จะตัดสินใจทำประกันชีวิตประเภทกลุ่มน้อยลง ในกรณีที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นคนต่าง ประเทศ หน่วยงานมีผลกำไรจากการดำเนินงานมาก และหน่วยงานที่เปิดดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาสั้น อีกทั้งอัตราค่าเบี้ยประกันชีวิตประเภทกลุ่มที่ต่ำไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตประเภทกลุ่มของหน่วยงานที่อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ บริษัทที่มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อใช้บริการได้ง่าย ส่วนลักษณะการตัดสินใจในด้านสิทธิประโยชน์ และเบี้ยประกันที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำประกันเพราะต้องการนำทุนประกันที่ได้รับเป็นทุนเพื่อไว้ใช้ดำรงชีวิตเมื่อยามเกษียณอายุ ไม่ต้องจ่ายเงินสำรองไปก่อนเมื่อเข้ารับการรักษาพยาบาล และเป็นเงินช่วยเหลือยามเจ็บป่วยนอกเหนือจากที่ได้รับจากค้ำประกัน

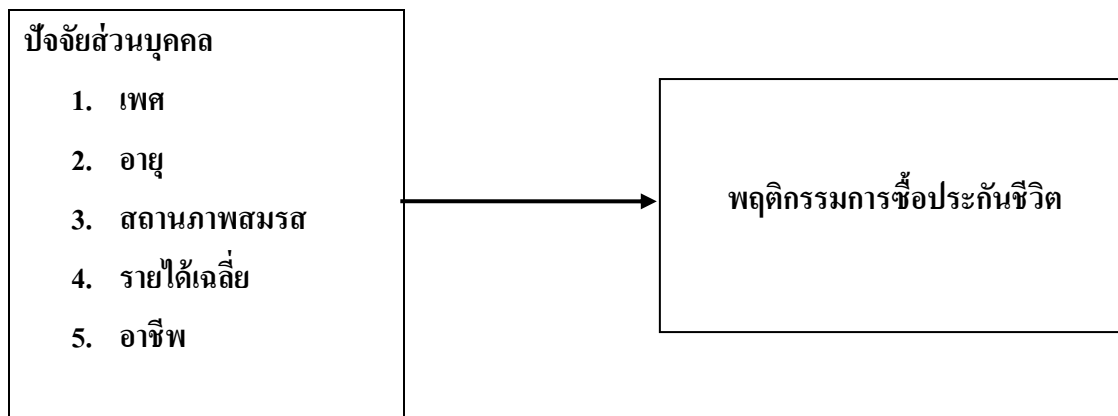
สำหรับการศึกษารุ่นนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่า บริษัทที่ประกอบธุรกิจประกันชีวิตควรจะมีการพัฒนา และปรับปรุงโดยการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการประกันชีวิตให้ประชาชนเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ มีแบบประกันชีวิตที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงอันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อประชาชนและต่อบริษัท และบริษัทต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงระบบการจ่ายการสินไหมทดแทนให้รวดเร็วและเป็นธรรม พัฒนารูปแบบของการประกันชีวิตให้เหมาะสมกับศักยภาพและความต้องการของกลุ่มข้าราชการ รวมถึงการฝึกอบรมให้ตัวแทน และบุคลากรภายในให้ ความสำคัญต่อการบริการต่อผู้เอาประกัน รวมถึงการปรับปรุงช่องทางการติดต่อของผู้เอาประกันและบริษัทให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่วนภาครัฐควรจะมีการควบคุมดูแลให้บริษัทประกันชีวิตปฏิบัติตามเงื่อนไขกรมธรรม์อย่างเคร่งครัด และควรมีบทลงโทษต่อตัวแทนประกันชีวิตที่ก่อให้เกิดการลดทอนความน่าเชื่อถือของระบบการประกันชีวิต จะเห็นว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้เอาประกัน ส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำหรือไม่ทำประกันชีวิต โดยศึกษาหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล จากผลสรุปของงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ส่วนใหญ่ให้ผลสรุปที่สอดคล้องกัน คือ ปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้เอาประกันทั้งในทิศทางเดียวกัน หรือในทิศทางตรงกันข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังมีการนำปัจจัยด้านการบริการของบริษัทประกันชีวิตในด้านต่างๆ รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวแทนประกันชีวิต เช่น ความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต ความรู้ในการนำเสนอแบบประกันแก่ผู้สนใจ ความซื่อสัตย์ของตัวแทนขายประกัน พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้เอาประกันด้วย นอกจากนี้บางงานวิจัยได้ศึกษาปัจจัยด้านการลงทุนและได้กล่าวถึง

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของผู้ลงทุน พบว่า ปัจจัยด้านดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้เอาประกันด้วยเช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสนใจศึกษาพฤติกรรมเลือกซื้อแบบประกันชีวิตในแบบต่างๆ การศึกษาครั้งนี้อาศัยข้อมูลของผู้ทำประกันชีวิตของธนาคารธนชาติ ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยมีการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่น่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้เอาประกันทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวข้างต้น ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และในท้ายที่สุดทำการวิเคราะห์หาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ว่าในแต่ละปัจจัยมีความสำคัญต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ มากน้อยเพียงใด



### กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

### สมมติฐานในการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้านาคาร  
ธนาคาร ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์กรณีศึกษา ลูกค้านานาชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ในครั้งนี้แบ่งตามหัวข้อได้ดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้อาศัยข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับธนาคารนานาชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non – probability sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง ในลักษณะการสุ่มตัวอย่างตามความบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล คำถามในแบบสอบถามครอบคลุมหัวข้อที่ต้องศึกษา ประเด็นที่สนใจศึกษาดังที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์แล้ว ข้อคำถามแบ่งออกได้ทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต และพฤติกรรมการทำประกันชีวิตเป็นคำถามที่ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวในแต่ละคำถาม
3. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อระดับการซื้อประกันชีวิต เป็นคำถาม Ordinal Scale แบบ Likert 3 ระดับ เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนนเฉลี่ย
น้อย	1.00 – 1.66
ปานกลาง	1.67 – 2.33
มาก	2.34 – 3.00

4. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญและแบบสะสมทรัพย์เป็นคำถามปลายเปิด ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเสนอแนะ

### การทดสอบเครื่องมือ

ก่อนการนำแบบสอบถามไปใช้สอบถามไปใช้สอบถามจริงได้นำแบบสอบถาม ไปทำการทดสอบล่วงหน้า (Pre – Test) เพื่อตรวจสอบเนื้อหาการสื่อความหมายและปรับปรุงคำถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จำนวน 30 ชุด

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต : กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารชนชาติในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ ทุติยภูมิ (Secondary Data)

#### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

เป็นข้อมูลที่จัดเก็บด้วยการสำรวจประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่เป้าหมายแบบที่กำหนดไว้เพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ของการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์หน่วยงาน เพื่อเข้าทำการเก็บข้อมูลหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ห้างสรรพสินค้า ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

2. ใช้วิธีการติดต่อทางโทรศัพท์เพื่อทราบผลการพิจารณาของหน่วยงานนั้น ๆ ในการเข้า ไปเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

3. เมื่อหน่วยงานอนุญาตให้สามารถเข้าไปเก็บข้อมูลได้ เพื่อจัดส่งแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้ว ทั้งหมดจำนวน 400 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. การแจกแบบสอบถาม ได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มประชากรที่ทำและไม่ทำประกันชีวิตตามหน่วยงานที่ได้ขออนุญาตไว้ ใช้ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 4 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2556 ถึง 10 ตุลาคม พ.ศ.2556

5. การรับแบบสอบถามคืน ผู้ช่วยเก็บข้อมูลจัดส่งเอกสารมาให้ทางไปรษณีย์

6. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนในจำนวนที่ครบถ้วนสำหรับการศึกษา ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและจัดทำข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผลทางสถิติ

### ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary study) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเช่น วิทยานิพนธ์ หนังสืออ้างอิง หนังสือทั่วไป รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการวารสาร จุลสาร และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยจะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยมีรูปแบบสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมการทำประกันชีวิต

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผลต่อการทำประกันชีวิต การใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ ซึ่ง Gujarati (1995) ระบุว่า กรณีที่ตัวแปรตามอยู่ในลักษณะเชิงคุณภาพ (Qualitative) มีลักษณะไม่ต่อเนื่อง (Dichotomous) มีค่าเพียง 2 กลุ่ม (Binary) แบบจำลองโลจิสใช้ฟังก์ชันการแจกแจงสะสมโลจิสติก แปลงค่าเฉลี่ยของตัวแปรตาม ให้เป็นค่าความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ แบบจำลองโลจิสมีลักษณะไม่เป็นเชิงเส้น (Nonlinear) แต่มีลักษณะเป็น โค้งรูปตัวเอส (S-Shaped) ตามคุณสมบัติเบื้องต้นของความน่าจะเป็น และมีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน (Monotonic) ซึ่งหากมีการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบปกติ เมื่อเพิ่ม หรือลดค่าตัวแปรอิสระ ก็จะส่งผลให้ค่าตัวแปรตามมีค่ามากกว่า 1 หรือ น้อยกว่า 0 ซึ่งไม่ตรงกับความต้องการ ดังนั้น

จึงจำเป็นต้องหาวิธีเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ ที่จะทำให้ตัวแปรตามมีค่าเข้าใกล้ 0 และ 1 เมื่อตัวแปรอิสระมีค่าเข้าใกล้ระยะอนันต์ โดยกลุ่มตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต

กรณีศึกษาถูกค้ำธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานีการวิเคราะห์หาค่าของอัตราส่วนของโอกาสที่ผู้ซื้อจะหรือไม่ซื้อประกันชีวิต ในรูปของลอการิทึมโดยอาศัยการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยโลจิสติก (Logit regression analysis) ประเภท Binary logistic (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) มีรูปแบบของสมการคือ

$$\ln [P / (1 - P)] = \alpha + \beta X_i$$

กำหนดให้  $P_i$  คือ ความน่าจะเป็นที่เหตุการณ์หนึ่งจะเกิดขึ้น นั่นคือ

$P_i = P(Y_i = 1)$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ซื้อประกันชีวิต/ผู้ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารชนชาติ

$1 - P_i = P(Y_i = 0)$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ไม่ได้ซื้อประกันชีวิต/ซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางที่ผ่านธนาคารชนชาติ

โดย  $Y_i$  เป็นตัวแปรตาม และ  $X_i$  เป็นตัวแปรอิสระ

ในการวิเคราะห์โดยอาศัยชุดของตัวแปรอิสระ  $X_i$  ซึ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ที่น่าจะมีผลต่อโอกาสที่จะเกิดความน่าจะเป็น  $Y_i = 1$  สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการโลจิท คือ

$$L_i = \ln[P_i / (1 - P_i)] = Z_i = \alpha + \beta X_i$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงสามารถเขียนให้อยู่ในรูปแบบของสมการ โลจิท (logit model) ดังนี้

$$y_{ij} = a_{ij} + \sum b_{ij} X_{ij} + u_{ij} \text{-----}(3.1)$$

โดยกำหนดให้

Y คือ กลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันชีวิต/ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ

X คือ ตัวแปรที่กำหนดความต้องการซื้อประกันชีวิต/การซื้อประกันประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ

i คือ จำนวนกลุ่ม : ในที่นี้มี 2 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่ง คือกลุ่มผู้ซื้อประกันชีวิต/ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ และ กลุ่มที่สอง คือกลุ่มผู้ที่ไม่ซื้อประกันชีวิต/ผู้ที่ไม่ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ

j คือ จำนวนตัวอย่าง ;  $j = 1, 2, \dots, n$  โดยที่  $y_{ij} = 1$  ถ้าหน่วยตัวอย่างที่  $j$  ถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 (ซื้อประกันชีวิต / ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ) และ  $y_{ij} = 0$  ถ้าหน่วยตัวอย่างที่  $j$  ถูกจัดอยู่ในกลุ่มอื่น (ไม่ได้ซื้อประกันชีวิต / ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารธนชาติ)

จากสมการที่ 3.1 จะพบว่าตัวแปรอิสระ X (Independent variable) ซึ่งเมื่อนำข้อมูลที่ต้องการวิเคราะห์ที่คาดว่าจะมีค่าทางสถิติที่นัยสำคัญกับพฤติกรรมกรซื้อประกันชีวิต/การไม่ซื้อประกันชีวิต ข้อมูลที่นำมาใช้ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต ดังสมการต่อไปนี้

$$y = f(SX, AE, STAT, OCC, IN)$$

โดยกำหนดให้

y คือ ตัวแปรตามซึ่งคือการซื้อหรือไม่ซื้อประกันชีวิต

SX คือ เพศ

AE คือ อายุ

STAT คือ สถานภาพสมรส

OCC คือ อาชีพ

IN คือ รายได้ต่อเดือน

ในการวิเคราะห์แบบจำลองข้างต้นจะอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยแบบ Logit โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระและพิจารณาความมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละรูปแบบของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2556 โดยวิธีแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืน จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

- 4.1 สรุปข้อมูลส่วนบุคคล
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายประกันชีวิต
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการซื้อประกันชีวิต
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ

### สรุปข้อมูลส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ( $n = 400$ ) ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ สรุปผลดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	173	43.25
หญิง	227	56.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 30 ปี	138	34.5
30 – 44 ปี	142	35.5
45 – 59 ปี	88	22.00
มากกว่า 60 ปี	32	8.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	160	88.0
สมรส	210	52.50
หย่า/หม้าย	30	7.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัทเอกชน	100	72.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	136	6.5
ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	21.5
อื่นๆ	128	32.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้รวมต่อเดือน</b>		
น้อยกว่า 20,000 บาท	15	2.4
20,000 – 40,000 บาท	219	57.0
40,001 – 60,000 บาท	111	29.0
มากกว่า 60,000 บาท	65	11.6
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 และมีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 44 ปี มากที่สุด คือจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 คิดเป็นร้อยละ 22.00 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 อันดับสอง อาชีพอื่นๆ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา มีรายได้ 20,000 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.25

### ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม การซื้อประกันชีวิต

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้แบบทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ลักษณะพฤติกรรม การซื้อประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

การตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	252	63.0
ไม่ซื้อ	148	37.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ถืออยู่ (N=252)

จำนวนกรมธรรม์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ฉบับ	130	51.59
2 ฉบับ	85	33.73
มากกว่า 2 ฉบับ	37	14.68
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจ (N=252)

เหตุผลในการตัดสินใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อเป็นเงินออม	84	33.33
เพื่อชดเชยรายได้/ชีวิต	105	41.67
เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล	25	9.92
เพื่อเป็นทุนการศึกษาสำหรับบุตร	21	8.33
อื่นๆ	17	6.75
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับกรรมธรรม์ (N=252)

แหล่งข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัวแทนประกัน	137	54.37
สื่อหนังสือพิมพ์	20	7.94
สื่อวิทยุ/โทรทัศน์	40	15.87
ป้ายโฆษณา	19	7.53
จากเพื่อน/ญาติ	16	6.35
อื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	20	7.94
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบของกรรมธรรม์ที่ถืออยู่ (N=252)

รูปแบบของกรรมธรรม์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แบบสะสมทรัพย์	143	56.75
แบบบำนาญ	65	25.80
แบบชั่วระยะเวลา	44	17.45
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามวงเงินประกันของกรรมธรรม์ (N=252)

วงเงินประกัน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	56	22.22
100,001 – 500,000 บาท	106	42.06
500,001 – 1,000,000 บาท	50	19.84
มากกว่า 1,000,001 บาทขึ้นไป	40	15.88
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามวงเงินในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือน ( N=252)

วงเงินเบี้ยประกัน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1,000 – 3,000 บาท	136	53.96
3,001 – 5,000 บาท	44	17.46
5,001 – 7,000 บาท	39	15.48
มากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป	33	13.10
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต (N=252)

บุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ท่าน	138	54.76
บิดา/มารดา	52	20.63
บุตร	40	15.87
สามี/ภรรยา	22	8.74
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามบริษัทที่ทำประกัน (N=252)

บริษัทประกันชีวิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เอไอเอ	84	33.3
ไทยประกันชีวิต	40	15.90
อยุธยา อลิอันซ์	25	9.92
กรุงเทพประกันชีวิต	21	8.33
เมืองไทยประกันชีวิต	20	7.93
ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	24	9.52
ไอเอ็นจี ประกันชีวิต	15	5.95
อื่นๆ เช่น ธนาคารออมสิน	23	9.12
<b>รวม</b>	<b>252</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ถืออยู่ พบว่าส่วนใหญ่จะถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตอยู่ 1 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 51.59 รองลงมา 2 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 33.37 และอื่น ๆ เช่น 3 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 14.68

จากตารางที่ 4 พบว่า ส่วนใหญ่จะทำได้ชดเชยราย/เสียชีวิต คิดเป็นร้อยละ 41.67 ไว้เป็นเงินออม คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 9.92 และ เพื่อเป็นทุนการศึกษา สำหรับบุตร คิดเป็นร้อยละ 8.33 สุกท้ายอื่นๆ เช่นลดหย่อนภาษี คิดเป็นร้อยละ 6.75

จากตารางที่ 5 ส่วนใหญ่จะได้รับรู้ข้อมูลจากตัวแทนประกัน คิดเป็นร้อยละ 54.37 รองลงมา จากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 15.87 จากสื่อหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต 7.94 เท่ากัน จากป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 7.53 จากเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 6.53

จากตารางที่ 6 ตามรูปแบบของกรรมธรรม์ที่ถืออยู่พบว่าส่วนใหญ่จะถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาแบบบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุดคือ แบบชั่วระยะเวลา คิดเป็นร้อยละ 17.45

จากตารางที่ 7 จำแนกตามวงเงินประกันของกรรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่วงเงินประกันของกรรมธรรม์ประกันชีวิต จะอยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.06 รองลงมา 500,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.84 และ มากกว่า 1,000,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.88 ตามลำดับ

จากตารางที่ 8 ส่วนใหญ่จะส่งเบี้ยประกันต่อเดือนเป็นจำนวน 1,000 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.96 รองลงมา 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.46 และอื่น ๆ เช่น 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.48 และ มากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ

จากตารางที่ 9 บุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 54.76 รองลงมา บิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 20.63 และบุตร คิดเป็นร้อยละ 15.87 น้อยที่สุดคือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 8.74

จากตารางที่ 10 สำหรับบริษัทที่ทำประกันชีวิตพบว่า ประชากรทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา ไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.90 คืออยุธยา อลิอันซ์ คิดเป็น

ร้อยละ 9.92 ไทยพานิชย์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 9.52 และอื่นเช่นธนาคารออมสิน 9.12 กรุงเทพประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 8.33 เมืองไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 7.93 และน้อยที่สุดได้แก่ ไอเอ็นจี ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 5.95

### ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต

การทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ซึ่งปัจจัยที่นำมาทดสอบประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ต่อเดือน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ

แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศ มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านอายุ มีต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานภาพ มีต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านอาชีพ มีต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านระดับรายได้ มีต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถพิจารณาได้จากผลการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้ที่ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต กับผู้ที่ไม่ได้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต สามารถกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ตามแบบจำลองดังต่อไปนี้

$$y = f(SX, AE, STAT, OCC, IN)$$

$$y = f(\text{เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน})$$

จากการวิเคราะห์ผลโดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ในการประมาณค่าดังตารางที่ 11 มีปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ตัวแปร	B	S.E.	Sig.
เพศ	-0.010	0.218	0.961
อายุ	0.765	0.183	0.000***
สถานภาพสมรส	0.048	0.156	1.011
อาชีพ	0.035	0.190	0.854
รายได้ต่อเดือน	0.693	0.136	0.000**

หมายเหตุ: Nagelkerke R2 = 0.279

-2 Log Likelihood = 205.039

Chi-Square = 89.192\*

Sig (2-tailed) = 0.000

Sig (2-tailed) = 0.000

โดย \*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

B คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

S.E. คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

Wald คือ Wald Statistic = (B/S.E.)<sup>2</sup>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### เพศ

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ตัวแปรเพศ พบว่าไม่มีส่วนกำหนดในการซื้อประกันชีวิต

#### อายุ

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลสำหรับตัวแปรอายุ พบว่า มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 จึงมีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.765 และมีเครื่องหมายเป็นบวก กล่าวคือ ผู้ซื้อประกันชีวิตที่มีอายุมากกว่าจะมีความน่าจะเป็นในการซื้อประกันชีวิตมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า



### สถานภาพสมรส

ตัวแปรสถานภาพสมรส พบว่า ไม่มีส่วนกำหนดในการซื้อประกันชีวิต

### อาชีพ

ตัวแปรอาชีพ พบว่า ไม่มีส่วนกำหนดในการซื้อประกันชีวิต

### รายได้

ตัวแปรรายได้ต่อเดือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 จึงมีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.693 และมีเครื่องหมายเป็นบวก หมายถึงผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนมากจะมีความน่าจะเป็นที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า

**ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้า  
ธนาคารธนชาติ**

**ตารางที่ 12** ผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละ  
รูปแบบของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิต	ระดับ	
	คะแนนเฉลี่ย	ความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>2.59</b>	
ระยะเวลาในการคุ้มครอง และระยะเวลาจ่ายค่าเบี้ยสามารถเป็นตัวชี้ชวนให้ ตัดสินใจทำประกันชีวิต	2.70	มาก
มีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตก่อนตัดสินใจทำประกันชีวิต	2.64	มาก
การทำกรมธรรม์ประกันชีวิตคือการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับตนเอง และครอบครัว	2.42	มาก
<b>ด้านราคา</b>	<b>2.77</b>	
จำนวนเบี้ยประกันที่จ่ายต่องวด	2.77	มาก
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	<b>2.76</b>	
ช่องทางการให้บริการที่มีความสะดวกสบายในการติดต่อผ่านทางธนาคาร มากกว่าผ่านตัวแทนบริษัทประกัน	2.79	มาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทผ่านสื่อต่างๆ	2.73	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
เงินปันผล และเงินคืนระหว่างปีที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต สามารถเป็นตัว ชี้ชวนให้ตัดสินใจทำประกันชีวิต	2.64	มาก
<b>ด้านบุคลากร</b>	<b>2.79</b>	
ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตได้อธิบายรายละเอียดและเงื่อนไขก่อนการตัดสินใจ ทำกรมธรรม์ประกันชีวิต	2.77	มาก
ความรู้สึกไม่พอใจและจะปฏิเสธทุกครั้ง เมื่อมีตัวแทนขายมาเสนอขายประกัน ชีวิตให้กับท่าน	2.79	มาก
ตัวแทนขายประกันเสนอขายหรือแนะนำกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสม ทรัพย์และแบบบำนาญที่เหมาะสมกับกำลังการส่งเบี้ยประกันของลูกค้า	2.81	มาก
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>	<b>2.87</b>	
ความมีชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	2.87	มาก
<b>ด้านกระบวนการ</b>	<b>2.83</b>	
ความสะดวกในการใช้บริการเรียกร้องสินไหม	2.83	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละรูปแบบของลูกค้านักวิชาการชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

### **ด้านผลิตภัณฑ์**

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อระยะเวลาในการคุ้มครอง และระยะเวลาจ่ายค่าเบี้ย การมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตก่อนตัดสินใจทำประกันชีวิต และประโยชน์ของการทำประกันด้านการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว

### **ด้านราคา**

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อจำนวนเบี้ยประกันที่จ่ายต่องวด เนื่องจากการคุ้มครองจากการทำประกันจะมีผลต่อเมื่อมีการจ่ายเบี้ยประกันต่องวดตามที่กำหนด ดังนั้นผู้ทำประกันจะตระหนักถึงจำนวนเบี้ยประกันที่ตนสามารถจ่ายชำระได้

### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อความสะดวกสบายในการติดต่อผ่านทางธนาคารมากกว่าผ่านตัวแทนบริษัทประกัน รวมทั้งการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประกันของบริษัทผ่านสื่อต่างๆ เพื่อความสะดวกและเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อประกัน

### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อเงินปันผล และเงินคืนระหว่างปีที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต เนื่องจากการจ่ายเงินปันผล หรือเงินคืนระหว่างปี จะเป็นการช่วยให้ผู้ทำประกันมีรายรับมากขึ้นในระหว่างปี และอาจจะเอาเงินส่วนดังกล่าวไปช่วยชำระเงินค่างวด

### ด้านบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อความสามารถของตัวแทนบริษัทประกันชีวิตในการอธิบายรายละเอียดและเงื่อนไขก่อนการตัดสินใจทำกรมธรรม์ประกันชีวิต การปฏิเสธตัวแทนเมื่อนำเสนอขายประกันชีวิต และตัวแทนขายประกันเสนอขายหรือแนะนำกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และแบบบำนาญที่เหมาะสมกับกำลังการส่งเบี้ยประกันของลูกค้า เนื่องจากการแนะนำจากตัวแทนบริษัทประกันจะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจการทำประกันชีวิตของลูกค้า

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อความมีชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะเลือกบริษัทประกันชีวิตที่มีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงเป็นอันดับแรก

### ด้านกระบวนการ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อกระบวนการในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน ที่จะต้องมีความสะดวก รวดเร็ว

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน ประเทศไทยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในแต่ละรูปแบบของลูกค้าธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้เป็นกลุ่มบุคคลที่ทำประกันชีวิต และไม่ทำประกันชีวิต สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยกำหนดพื้นที่ลูกค้าของธนาคารชนชาติในเขตพื้นที่ปทุมธานี ด้วยการกระจายการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 400 ตัวอย่าง

แบบสอบถามที่ใช้มี 4 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิต 3) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และ 4) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด (คิดเป็นร้อยละ 100) นำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีตามแบบจำลองโลจิท (Logit model) ซึ่งส่วนนี้จะเป็นการสรุปผล การอภิปรายผลการข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

## สรุปผลการวิจัย

### สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 และมีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 44 ปี มากที่สุด คือจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 คิดเป็นร้อยละ 22.00 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 อันดับสอง อาชีพอื่นๆ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา มีรายได้ 20,000 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.25

### สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่จะถือกรมธรรม์ประกันชีวิตอยู่ 1 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 51.59 รองลงมา 2 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 33.37 และอื่น ๆ เช่น 3 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 14.68 ฉบับ

พบว่า ส่วนใหญ่จะทำเพื่อชดเชยราย/เสียชีวิต คิดเป็นร้อยละ 41.67 ไว้เป็นเงินออม คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 9.92 และ เพื่อเป็นทุนการศึกษาสำหรับบุตร คิดเป็นร้อยละ 8.33 สุตกายอื่นเช่นลดหย่อนภาษี คิดเป็นร้อยละ 6.75

ส่วนใหญ่จะได้รับรู้ข้อมูลจากตัวแทนประกัน คิดเป็นร้อยละ 54.37 รองลงมา จากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 15.87 จากสื่อหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต 7.94 เท่ากัน จากป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 7.53 จากเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 6.53

ตามรูปแบบของกรมธรรม์ที่ถืออยู่ ส่วนใหญ่จะถือกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาแบบบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุดคือ แบบชั่วระยะเวลา คิดเป็นร้อยละ 17.45

จำแนกตามวงเงินประกันของกรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่วงเงินประกันของกรมธรรม์ประกันชีวิต จะอยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.06 รองลงมา 500,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 19.84 และ มากกว่า 1,000,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.88 ตามลำดับ พบว่า ส่วนใหญ่จะส่ง เบี้ยประกันต่อเดือนเป็นจำนวน 1,000 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.96 รองลงมา 3,001 – 5,000 บาท คิด เป็นร้อยละ 17.46 และอื่น ๆ เช่น 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.48 และ มากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ

และบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่บุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตคือ ตัวเอง คิด เป็นร้อยละ 54.76 รองลงมา บิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 20.63 และบุตร คิดเป็นร้อยละ 15.87 น้อยที่สุดคือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 8.74

สำหรับบริษัทที่ทำประกันชีวิตพบว่า ประชากรทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 33.33 รองลงมา ไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.90 คืออยุธยาออลิอันซ์ คิดเป็นร้อยละ 9.92 ไทย พานิชย์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 9.52 และอื่นเช่น ธนคารออมสิน 9.12 กรุงเทพประกันชีวิต คิดเป็น ร้อยละ 8.33 เมืองไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 7.93 และน้อยที่สุดได้แก่ ไอเอ็นจี ประกันชีวิต คิดเป็น ร้อยละ 5.95

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันมีประเด็นที่สำคัญ พบว่าความ สัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การ งาน และรายได้ต่อเดือน ต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ไม่ได้เป็นไปตามสมมุติฐานทั้งหมด จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้าน อายุ และรายได้ต่อเดือนเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ กรมธรรม์ประกันชีวิตในทุกกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผลิตภัณฑ์กรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่ม สินค้าประเภทเจาะจงซื้อ (Specialty products) มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ มีความพร้อม ทางฐานะการเงินดีในระดับหนึ่ง และมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตโดยตรง

สำหรับผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารธนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญ มากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้ข้อเสนอแนะ รวมถึงสามารถนำไปปรับใช้กับธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันชีวิตได้ ดังต่อไปนี้

1. การจำแนกกลุ่มลูกค้า ด้วยการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากร ซึ่งได้แก่ ช่วงอายุระดับ และรายได้ จะสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น ทำให้มีโอกาสนในการปิดการขายของพนักงานธนาคาร/ตัวแทนประกันชีวิตได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า 2 ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิต

2. จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยทุกๆด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังนั้นควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านต่างๆ เช่น

ด้านบุคลากรให้ความสำคัญต่อการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นเรื่องความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ความซื่อสัตย์ ความเอาใจใส่ลูกค้า เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ทั้งนี้การเพิ่มศักยภาพบุคลากรดังกล่าว จะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในธุรกิจภาคบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการให้บริการ ด้วยการเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการบริการ และเสริมสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานให้เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วทุกสาขาของธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันชีวิต ซึ่งกระบวนการให้บริการในแต่ละขั้นตอน จะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความสนใจต่อการบริการทางหนึ่งดังนั้น สาขาธนาคารพาณิชย์และบริษัทประกันชีวิตจึงควรปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพต่างๆเช่นอาคารสถานที่ อุปกรณ์สำนักงาน สัญลักษณ์ สิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ สม่่าเสมอ เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการยังสำนักงาน ถือได้ว่าเป็นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในตัวองค์กรและมีความรู้สึกรับประกันในการใช้บริการ



### ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าของธนาคารชนชาติเท่านั้นทำให้ไม่สามารถนำไปสรุปพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มอื่นได้ ดังนั้นควรมีการศึกษาที่กลุ่มประชาชนที่กว้างขึ้นเพื่อจะได้นำแนวทางหรือพฤติกรรมมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต เนื่องจาก การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตเท่านั้น

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมการประกันภัย. 2555. “ข้อมูล สถิติประกันภัย.” (Online). [http://www.doi.go.th/TStatistics \\_ Doi.htm](http://www.doi.go.th/TStatistics_DoI.htm), 10 เมษายน 2558.

ก้องภพ แก้ววิเศษ 2548. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ภาคค่ำ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จินตนา จันทร์โคตร. 2530. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคัดสรรกับความสามารณในตัดสินใจของพยาบาลหัวหน้าตึกในโรงพยาบาลสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง. 2545. การประกันวินาศภัย. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยพร วิชชาวุธ. 2525. มุลสารจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูเกียรติ ประมูลผล. 2531. การประกันชีวิต. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชูศรี พันธุ์ทอง. 2534. การประกันภัย. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เขาว์ ไพโรพิจูณโรจน์. 2530. การตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ฉิมกมล ดันติวณิชานนท์. 2548. เศรษฐศาสตร์การประกัน. กรุงเทพมหานคร ห้างหุ้นส่วน จำกัด ทีพีเอ็น เพรส.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2556. “อัตราดอกเบี้ยนโยบาย.” (Online). <http://www.bot.or.th>, 20 เมษายน 2558.

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง (ต่อ)

- นัยวัฒน์ ณะเดิมชิต. 2533” การตัดสินใจเลือกเป้าหมายและโอกาสในการประกอบอาชีพการของ  
ผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับการลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2536. เอกสารสนับสนุนการขายเรื่องความเข้าใจในธุรกิจประกันชีวิต.  
กรุงเทพมหานคร ส่วนวิชาการ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด.
- บิซิเนสไทย. 2555. “แบงก์พาณิชย์โชว์กำไร Bancassurance ช่องทางเพิ่มรายได้.” (Online).  
<http://www.bcm.arip.co.th>, 20 มีนาคม 2558.
- พัทธญาณี กัจจปคีรินทร์. 2546. การศึกษาโครงสร้างตลาดในประเทศไทยและพฤติกรรม ผู้บริโภคใน  
กรุงเทพมหานครของธุรกิจประกันชีวิต. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มาลินี เชษฐโชติศักดิ์. 2534. การทำประกันชีวิตในประเทศไทย. รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย.
- ยุพาพร ตริณรักษ์. 2544. การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานกับความสามารในการตัดสินใจในการบริหาร  
ของผู้บริหารระดับกลางในธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิเชียร ทวีลาภ. 2527. นิเทศพยาบาล. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม.
- ศิริพันธ์ อักษรพิมพ์. 2549. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของประชาชนใน  
จังหวัดสงขลา. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2556. “Bancassurance: โอกาสที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจประกันชีวิตในการเข้าถึงฐาน  
ลูกค้ากลุ่มใหม่.” (Online) <http://www.kasikornresearch.com>, 1 เมษายน 2558.

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง (ต่อ)

สถาบันประกันภัยไทย. 2550. “สรุปสถิติประกันชีวิตรายปีย้อนหลัง ระหว่างปี 2550–2555.” (Online)

[http://www.oic.or.th/stat\\_data](http://www.oic.or.th/stat_data), 1 เมษายน 2558.

สมาคมประกันชีวิต. 2555. รายงานสถิติธุรกิจประกันชีวิต ประจำปี 2555 (Online).

<http://www.tlaa.org/2012/>, 20 เมษายน 2558.

สรินทิพย์ ขวัญบุญ. 2549. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิตคุ้มครองสินเชื่อของลูกค้าสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).

กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุดใจ เดชนมงคลชัย. 2545. ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุमितตรา เวียงสงค์. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้าบริษัท กรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ในเขตจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อาทิตย์ โก้สกุล. 2540. การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

อำพันธ์ เอ็มอิม. 2538. การศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

Follett, F.M. 1982. **A Management Progression System for Nurse Administrators Part I.** Journal of Nursing Administration. 6 (March 1982): 9-13.

ภาคผนวก

แบบสอบถามประกอบโครงการศึกษาค้นคว้าอิสระ  
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต  
กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารชนชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

โดย นางสาวอรุณทิพย์ ขวงวิภักดิ์ นิสิตปริญญาโท สาขาภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

---

คำชี้แจง: แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการทำประกันชีวิต

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้โดยใส่เครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ข้อมูลที่ได้จากท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ในลักษณะภาพรวมเพื่อประกอบการวิจัยเท่านั้น

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  น้อยกว่า 26 ปี  26-30 ปี  
 31-35 ปี  มากกว่า 36 ปี
3. สถานภาพสมรส  โสด  
 สมรส แต่ไม่มีบุตร  
 สมรสและมีบุตร  
 1-2 คน  3-4 คน  มากกว่า 4 คน  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพ  พนักงานบริษัทเอกชน  ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน  น้อยกว่า 10,000 บาท  10,001 -30,000 บาท  
 30,001-50,000 บาท  มากกว่า 50,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต

1. โดยปกติท่านมีวิธีการออมเงินอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> นำไปฝากธนาคาร     | <input type="checkbox"/> ฝากประกันชีวิต         |
| <input type="checkbox"/> ลงทุนทำสลากออมสิน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

2. จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมดที่ท่านถือ

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 0 ฉบับ | <input type="checkbox"/> 1 ฉบับ         |
| <input type="checkbox"/> 2 ฉบับ | <input type="checkbox"/> 3 ฉบับ         |
| <input type="checkbox"/> 4 ฉบับ | <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ฉบับ |

3. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นเงินออม        | <input type="checkbox"/> เพื่อชดเชยรายได้/ชีวิต         |
| <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล | <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นทุนการศึกษาสำหรับบุตร |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....  |   |

4. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือไม่ ถ้าทราบมาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                  |   |   |
|----------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่ทราบ | <input type="checkbox"/> ทราบ               |   |
|                                  | <input type="checkbox"/> ตัวแทนประกัน       | <input type="checkbox"/> สื่อนั่งสื่อพิมพ์      |
|                                  | <input type="checkbox"/> สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา              |
|                                  | <input type="checkbox"/> จากเพื่อน/ญาติ     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                  |  |   |
|----------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่ทราบ | <input type="checkbox"/> ทราบ            |   |
|                                  | <input type="checkbox"/> แบบสะสมทรัพย์   | <input type="checkbox"/> แบบบำนาญ               |
|                                  | <input type="checkbox"/> แบบชั่วระยะเวลา | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |



6. หากท่านทำประกันชีวิต เงินที่เอาประกันของกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่านมีจำนวนเท่าใด
- ไม่ทำ  ทำ
- ต่ำกว่า 100,000 บาท  100,001-500,000 บาท
- 500,001-1,000,000 บาท  มากกว่า 1,000,001 บาท
7. หากท่านทำประกันชีวิต ท่านมีความสามารถในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือนในวงเงินเท่าใด
- ไม่ทำ  ทำ
- 1,000-3,000 บาท  3,001 - 5,000 บาท
- 5,001-7,000 บาท  มากกว่า 7,000 บาท
8. หากท่านทำประกันชีวิต ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันของกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านทำมีระยะเวลากี่ปี
- ไม่ทำ  ทำ
- 1-5 ปี  6-10 ปี
- 11-15 ปี  16-20 ปีขึ้นไป
9. หากท่านทำประกันชีวิต ระยะเวลาของกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านทำมีระยะเวลาคู่ครองกี่ปี
- ไม่ทำ  ทำ
- 1-5 ปี  6-10 ปี
- 11-15 ปี  16-20 ปีขึ้นไป
10. หากท่านทำประกันชีวิต ก่อนการตัดสินใจในการทำประกันท่านคิดว่ามีความรู้ความเข้าใจด้านผลตอบแทนและความคุ้มครองของประกันชีวิตระดับใด
- ไม่ทำ  ทำ
- ระดับต่ำ  ระดับปานกลาง
- ระดับสูง
11. หากท่านทำประกันชีวิต ผู้ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตมากที่สุดคือ
- ไม่ทำ  ทำ
- ท่าน  บิดา/มารดา  บุตร
- สามี/ภรรยา  ญาติ พี่น้อง  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
12. หากท่านทำประกันชีวิต ท่านทำประกันกับบริษัทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไม่ทำ  ทำ
- เอไอ เอ  ไทยประกันชีวิต  อยูรยา อลิอันซ์
- กรุงเทพประกันชีวิต  เมืองไทยประกันชีวิต  ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต
- ไอเอ็นจี ประกันชีวิต  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่เหมาะสม

ข้อ	ปัจจัยที่เห็นว่ามอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		น้อย (1)	ปานกลาง (2)	มาก (3)
1	ท่านคิดว่าการทำกรมธรรม์ประกันชีวิตคือการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว			
2	การมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตก่อนตัดสินใจทำประกันชีวิต			
3	เงินปันผล และเงินคืนระหว่างปีที่ได้รับจากการทำประกันชีวิตสามารถเป็นตัวชี้ชวนให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต			
4	ระยะเวลาในการคุ้มครอง และระยะเวลาจ่ายค่าเบี้ยสามารถเป็นตัวชี้ชวนให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต			
5	จำนวนเบี้ยประกันที่จ่ายต่องวด			
6	ช่องทางการให้บริการที่มีความสะดวกสบายในการติดต่อผ่านทางธนาคารมากกว่าผ่านตัวแทนบริษัทประกัน			
7	การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทผ่านสื่อต่างๆ			
8	ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตได้อธิบายรายละเอียดและเงื่อนไขก่อนการตัดสินใจทำกรมธรรม์ประกันชีวิต			
9	ท่านมีความรู้สึกไม่พอใจและจะปฏิเสธทุกครั้ง เมื่อมีตัวแทนขายมาเสนอขายประกันชีวิตให้กับท่าน			
10	ท่านอยากให้ตัวแทนขายประกันเสนอขายหรือแนะนำกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และแบบบำนาญที่เหมาะสมกับกำลังการส่งเบี้ยประกันของลูกค้ำ			
11	ในการที่จะตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตท่านคำนึงถึงชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตเป็นอันดับแรก			
12	ความสะดวกในการใช้บริการเรียกร้องสินไหม			

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิต

.....  
 .....

## ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวอรุ โนนทัย ขวงวิภักดิ์

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 12 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2527

สถานที่เกิด

จังหวัดกาฬสินธุ์

ประวัติการศึกษา

รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตำแหน่งหน้าที่การงาน

เจ้าหน้าที่การธนาคารอาวุโส

ฝ่ายบริการลูกค้า

สถานที่ทำงาน

บมจ.ธนาคารยูโอบี สาขาตลาดสี่มุมเมือง