

ชื่อการค้นคว้าอิสระ:	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอวก้า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ชื่อนักศึกษา:	นายอุสมาน สะบีบุรราห์มาน
รหัสประจำตัวนักศึกษา:	5419450005
สาขาวิชา:	การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
คณะกรรมการที่ปรึกษา:	ดร.นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว รองศาสตราจารย์พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ ดร.ศรัณย์ลักษณ์ เทพวารินทร์ อาจารย์จิตกริ บุญโชติ
ปีการศึกษา:	2555
คำสำคัญ:	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ การทำประกันชีวิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอวก้า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นประเภทการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 90,649 คน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประวัติการมีโรคประจำตัว เพื่อนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test และ F-test และเมื่อพบความแตกต่างจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอวก้า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฯ ในด้านผลิตภัณฑ์(รูปแบบกรมธรรม์)

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2. เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประวัติการมีโรคประจำตัวที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันแตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนวุฒิการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันโดยภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Independent Study Title: The Influencing Factors of Decision Making in Selecting Krungthai Axa Insurance Public Company Limited (Thailand) in Hat Yai Municipality, Songkhla Province.

Student's Name: Mr. Usmam Habiburrahman

Student's ID No: 5419450005

Major Field: Public and Private Management

Independent Study Advisors: Dr. Niwat Sawatkaew
Assoc. Prof. Pornchai Likithumrod
Dr. Sarunluck Thepwarin
Aj. Jitkree Boonchot

Academic Year: 2012

Key word: The Influencing Factors of Decision Making in Selecting Krungthai Axa Insurance Public Company Limited (Thailand)

Abstract

The purpose of this study were to investigate and analyze the decision making and those factors which influenced on a selection to the Thailand AXA Life Insurance Public Company Limited (Thailand) in Hat Yai, Songkhla Province. The quantitative research is used for this study. The population consists of 384 people who 20-60 years of age where dwelling in Hat Yai municipality, Songkhla. The numbers of sample size in this study are assigned by using the Table of Krejcie and Morgan and employed Simple Random Sampling. The instrument for data collection in this study was a questionnaire. The statistical procedures of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and Scheffe's method were employed to analyze the obtained data. The findings are as follows:

I. Respondents' decision making toward overall influential factors to select the Thailand AXA Insurance Company Limited (Thailand) in Hat Yai City Municipality appeared at a high level. The results by factorial aspects were shown namely. The decision making on product package (insurance package), benefit of insurances, company's reputation and stability, service's of sales agents, and channel of payment exhibited at high level.

II. Respondents' decision making who differed in demographical of age, monthly income, and congenital diseases exhibited statistically insignificantly difference level of .05 in factors affect decision making. Whereas, respondents' decision making who differed in demographical of level of education and career were found at a statistically significant at the .05 level.

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันการดำรงชีวิตของมนุษย์ ล้วนแต่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคที่มีการแข่งขันสูง และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ประกอบกับนิสัยของมนุษย์ที่มักจะทำทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง และความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในสิ่งที่ตนเองปรารถนาและพวกพ้อง พี่น้อง คนในครอบครัวปรารถนา จึงมีปัญหามากมายเกิดขึ้นตามมา ไม่ว่าจะเป็นภัยอันตรายที่เกิดจากการกระทำของตนเองและภัยอันตรายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม การเกิดโรคระบาด การก่อการร้าย อุบัติเหตุต่างๆ ซึ่งในบางครั้งอาจมีการป้องกันไว้หรือสามารถหลบเลี่ยงได้ แต่บางครั้งก็ไม่สามารถที่จะป้องกันหรือหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งเหตุการณ์ต่างๆดังกล่าวนี้ไม่สามารถคาดการณ์ได้เลยว่าเหตุการณ์ร้ายดังกล่าวจะเกิดขึ้นเมื่อใดและจะจบลงในเวลาใด ดังนั้นมนุษย์จึงได้หาหนทางที่จะมาแบ่งเบาภาระในปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นก็จะสามารถหาทางแก้ไขหรือแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายต่างๆได้ ไม่มากนักน้อย ซึ่งหากไม่มีหนทางแก้ไขก็อาจจะทำให้ครอบครัวเกิดปัญหาเดือดร้อน หรือทำให้ครอบครัวขาดแคลนรายได้ในส่วนที่พึ่งจะได้รับไป ดังนั้น จึงได้มีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งได้รวมตัวกันเพื่อเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระ เมื่อมีบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้เกิดเหตุการณ์ที่คาดคิดต่างๆเกิดขึ้น จึงได้ก่อให้เกิด “ธุรกิจประกันภัย” ขึ้นมา

ธุรกิจประกันภัย (ความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต.2554:1-5) เป็นธุรกิจที่รับประกันความเสี่ยงภัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภัยที่เกิดจากอุบัติเหตุ ทำให้ได้รับอันตรายทางด้านร่างกาย หรือภัยที่เกิดจากการระบาดของโรค หรือภัยที่เกิดจากธรรมชาติ ที่อาจก่อให้เกิดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินได้ โดยการถือหลักกระจายความเสี่ยงซึ่งต้องมีการบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสม ธุรกิจประกันภัยเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก และยังถือเป็นสถาบันการเงินที่มีศักยภาพสูงในการระดมเงินออมภายในภาคครัวเรือนในประเทศ และธุรกิจประกันภัยยังช่วยสร้างความมั่นคงพื้นฐาน แก่บุคคล ครอบครัวและธุรกิจ รัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมและใช้เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชน ธุรกิจประกันภัยจึงถือเป็นเครื่องมือในการวางแผนความไม่แน่นอนของชีวิตอย่างหนึ่งได้ ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันภัยจึงทำให้พบกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ได้มีนักลงทุนต่างชาติเข้าร่วม

ลงทุนในประเทศมากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจประกันภัยของประเทศ ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาทั้งด้านของทรัพยากรบุคคลเทคโนโลยีและกรรมวิธีใหม่ๆที่เข้ากับยุคและสมัยในปัจจุบันเพื่อให้ตรงและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและสถานะเศรษฐกิจ รวมทั้งยังต้องเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการยกระดับธุรกิจประกันภัยก้าวเข้าสู่มาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับจากสาธารณชนมากขึ้น

ตามที่มีบันทึกสถิติเป็นลายลักษณ์อักษร เกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศได้เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระองค์ก็ได้มีรับสั่งเมื่อครั้งติดต่อซื้อเครื่องพิมพ์ดีดจากต่างประเทศว่าควรประกันการขนส่งระหว่างเดินทาง ในเรือด้วยนอกจากนั้นยังมีเอกสารและหนังสือพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 5 ปรากฏอยู่ทั่วไปในขณะนั้น ทำให้ทราบว่า “การประกันชีวิต” ได้เป็นที่รู้จักกันแล้วเช่นกัน โดยมีการยืนยันว่าหลังจากที่รัชกาลที่ 5 เสด็จกลับจากการเสด็จประพาสประเทศอินเดียไม่นานนัก ทางอังกฤษได้จัดส่งคณะทูตการพาณิชย์ประเทศไทยเพื่อเข้าเฝ้าขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตขยายกิจการค้าบางประเภท ในการพาณิชย์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ในครั้งนี้สมเด็จพระบรมมหาศรีสุริยวงศ์ เอกอัครราชมหาเสนาบดีเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่คอยต้อนรับคณะทูต ในระยะเวลาเดียวกันนั่นเอง “บริษัท อีสเอเชียติก จำกัด” ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท เอกวิคตาเบิล ประกันภัยแห่งกรุงลอนดอนผู้จัดการของบริษัท อีสเอเชียติก จำกัด จึงได้ขอร้องให้คณะทูต นำเรื่องขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกอบธุรกิจในประเทศไทย โดยรับประกันชีวิตคนไทยและคนต่างชาติที่เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร

ดังนั้น จึงถือได้ว่าการประกันชีวิตในประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นในสมัยแผ่นดินของสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยมีสมเด็จพระยามหาศรีสุริยวงศ์เป็นคนแรกที่ทำประกันชีวิต ต่อจากนั้นก็มียุคบริษัทประกันชีวิต ประกันภัย ของต่างประเทศเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย อีกหลายบริษัท จนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น บริษัทต่างๆ ของชาวต่างประเทศก็เลิกกิจการไป ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเข้าร่วมกับประเทศญี่ปุ่นเพื่อทำสงครามโลก ในขณะนั้นบริษัทที่เข้าตั้งในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็เป็นประเทศคู่สงคราม จึงได้เลิกกิจการไปประชาชนต้องสูญเสียเงินโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนใดๆ ทั้งนี้เป็นไปตามกฎหมาย ว่าด้วยสงครามระหว่างประเทศนิติกรรมที่ทำไว้จึงตกเป็น “โมฆะ” ทำให้ประชาชนเดือดร้อนเป็นจำนวนมาก

บริษัท กรุงไทย แอชซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์. 2554:7-9) ก่อตั้งเมื่อ 12 มิถุนายน 2540 มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 500 ล้านบาท ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่าง บมจ.ธนาคารกรุงไทย และได้มีการเติบโตอย่างยอดเยี่ยมและการบริหารจัดการทางการเงินอย่างแข็งแกร่ง ทำให้บริษัทสามารถชำระหนี้สินที่มีอยู่มากกว่า 1 พันล้านบาท ได้ทั้งหมดใน

ปี 2551 อีกทั้งสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในปี 2552 ด้วย สำหรับยอดขายภายใน 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เป็นสองเท่าและมีมูลค่าธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4 เท่าภายในระยะเวลา 2 ปี และต่อมาผลตอบแทนรวมจากการลงทุนในปี 2554 นั้นต่ำกว่าผลตอบแทนที่ทำได้ในปี 2553 เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากการลงทุนในตราสารหนี้ในปี 2554 ต่ำกว่าปีก่อนหน้า ในทางตรงกันข้าม การลดลงของอัตราดอกเบี้ยส่งผลให้บริษัทมีกำไรจากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของพันธบัตร ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการลงทุนในพันธบัตรอยู่ที่ร้อยละ 6.5 ตามที่ตลาดหุ้นไทยปรับตัวลดลงเล็กน้อยในปี 2554 โดยดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปรับลดลงร้อยละ 0.7 อย่างไรก็ตามผลตอบแทนของกรุงไทย-แอกซ่าจากการลงทุนในหุ้น สำหรับปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 3.2 ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมาจากเงินปันผลรับเงินสดและเงินฝากกระยะสั้น ให้ผลตอบแทนร้อยละ 2.9 ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคาร แต่การลงทุนในส่วนนี้เป็นสินทรัพย์ส่วนน้อย ของกรุงไทย-แอกซ่า แต่ต้องดำรงไว้เพื่อสภาพคล่องในการดำเนินงาน ธุรกิจประกันชีวิตมีการเติบโตค่อนข้างสูงขึ้นกว่าเมื่อก่อน แต่จำนวนประชากรที่ทำประกันชีวิตยังน้อย คิดเป็น 28% ของจำนวนประชากรทั้งหมด จากตัวเลขตรงนี้ จึงเห็นว่า ธุรกิจประกันชีวิตมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ในประเทศไทย มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายทาง แต่ช่องทางที่ถือว่าเป็นจุดแข็งที่สุดคือในเรื่องตัวแทนประกันชีวิต ที่มีความเข้าใจสภาพตลาดและผู้บริโภค สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี และ ยังได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล เพื่อให้การประกันชีวิตเป็นหลักประกันความมั่นคงให้กับชีวิต และทรัพย์สินของประชาชนวันนี้ทางจึงได้จัดทำอันดับ ส่วนแบ่งทางการตลาด ประกันชีวิต ปี 2554 มาเพื่อประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้สนใจทำประกันชีวิต

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2555: 59) ได้จำแนก ธุรกิจประกันชีวิตไว้ ทั้งหมด 4 ประเภทคือ 1.ประเภทสามัญ 2.ประเภทอุตสาหกรรม 3.ประเภทกลุ่ม 4.ประเภทกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล จากข้อมูลของฝ่ายวิเคราะห์ธุรกิจและสถิติสำนักงาน คปภ. ข้อมูล ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2555 ได้ระบุว่า บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย มีทั้งหมด 24 บริษัท Top 10 อันดับส่วนมากจะรักษาตำแหน่งเดิมเอาไว้ได้ โดย อันดับที่ 1 คือเจ้าเดิม บริษัท เอ.ไอ.เอ ด้วยเบี้ยประกัน 84,705,142,000 บาท (แปดหมื่นสี่พันล้าน) ถือครองส่วนแบ่ง 30.29 % อันดับที่ 2 คือ บริษัท ไทยประกันชีวิต ด้วยเบี้ยประกัน 36,100,680,000 บาท (สามหมื่นหกพันล้าน) ถือครองส่วนแบ่ง 12.91 % อันดับที่ 3 คือ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต ด้วยเบี้ยประกัน 32,944,241,000 บาท (สามหมื่นสองพันล้าน) ถือครองส่วนแบ่ง 11.78 % และมีการขยับตำแหน่งเพียง 2 บริษัทเท่านั้น คือ อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. กับ กรุงไทย-แอกซ่า ปี 2553 อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. อันดับ 6 ล่วงจากเดิมมา 1 อันดับ ปี 2554 เลขมาอยู่ในอันดับที่ 7 ส่วนปี 2553 กรุงไทย-แอกซ่า

อันดับ 7 ขยับขึ้นมาแทนที่ อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี ซึ่งมีเบี้ยประกันส่วนต่างถึง 600,036,000 บาท (หก ร้อยล้านบาท)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ลูกค้า หรือกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มหรือมีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิต กับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด(มหาชน) ว่าปัจจัยใดที่ทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ง่ายขึ้นหรือ มีความสนใจในการเลือกทำประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการศึกษาดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการประกันชีวิต บริษัท กรุงเทพ แอชซ่า และบริษัท อื่นๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ของธุรกิจ และตัวแทนประกันชีวิตยังสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้าต่อผู้บริโภค และผู้บริโภคก็จะได้รับผลประโยชน์จากการตัดสินใจทำประกันชีวิตตามแนวทางที่ตนเองต้องการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตามสถานภาพส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก
2. สถานภาพส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า

2. ทำให้ทราบผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ตามสถานภาพส่วนบุคคล
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวนทั้งหมด 90,649 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ ด้วยสูตร Krejcie and Morgan จำนวน 384 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ-แอชซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ รูปแบบของกรมธรรม์ ความคุ้มครองของแต่ละผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่จะได้รับในแต่ละผลิตภัณฑ์

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรต้น

3.1.1 เพศ

3.1.2 อายุ

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.4 อาชีพ

3.1.5 รายได้

3.1.6 ปัญหาด้านสุขภาพ

3.2 ตัวแปรตาม

3.2.1 การตัดสินใจเลือกที่จะทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพิจารณาจาก

- รูปแบบของผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มครองและผลประโยชน์ที่จะได้รับ
- ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท
- การให้บริการก่อนและหลังของพนักงานและตัวแทน
- ค่าใช้จ่ายในการชำระเบี้ยประกัน

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

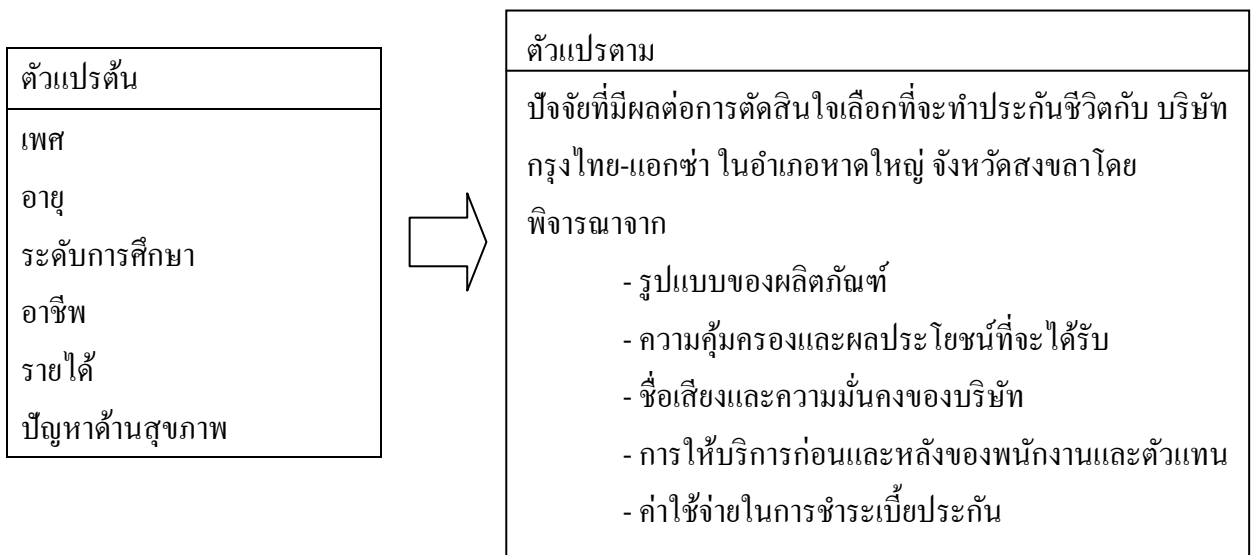
คือ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

5. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัย ในครั้งนี้เริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมระหว่าง เดือนมกราคม – เดือน มีนาคม พ.ศ. 2556

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า อำเภอกหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ใช้นิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. การประกันชีวิต หมายถึง วิธีการที่คนกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันเพื่อร่วมกันเฉลี่ยภัย หรือ เป็นวิธีการทดแทนการสูญเสียชีวิตได้อันเนื่องมาจากการประสบภัย เมื่อคนใดต้องพบกับภัยจะได้รับเงินก้อนหนึ่งจากบริษัทประกันชีวิตเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเอง และครอบครัว โดยเงินก้อนนี้เป็นเงินเฉลี่ยเก็บจากผู้สมัครทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ซึ่งเงินส่วนนี้เรียกว่า “เบี้ยประกันชีวิต”

3. เบี้ยประกันชีวิต หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันต้องจ่ายให้กับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) เพื่อซื้อความคุ้มครองจากบริษัทประกันภัย

4. ผู้เอาประกัน หมายถึง บุคคลที่ได้รับการคุ้มครองจากกรมธรรม์ประกันภัย ในการประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน)

5. บริษัท หมายถึง บริษัท กรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

6. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ของ บริษัท กรุงไทยแอกซ่า จำกัด (มหาชน)

7. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ที่จะได้รับ หมายถึง ผลประโยชน์ หรือ เงินปันผล หรือ ความคุ้มครอง ที่ผู้เอาประกันจะได้รับหลังจากที่ทำประกันชีวิต กับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน)

8. ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท หมายถึง การเป็นที่รู้จัก การได้รับความเชื่อถือ และระยะเวลาการก่อตั้ง หรือมีความมั่นคงทางการบริหาร และทางการเงิน ของบริษัท กรุงไทยแอกซ่า จำกัด (มหาชน)

9. การให้บริการก่อนและหลังของพนักงานและตัวแทน หมายถึง การให้บริการกับผู้เอาประกัน ทั้งก่อนและหลัง เช่นในเรื่องการตามเอกสาร การให้คำแนะนำปรึกษา การให้ข้อมูลที่มีประโยชน์แก่ผู้เอาประกัน ของตัวแทนหรือพนักงาน ของบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน)

10. ค่าใช้จ่ายในการชำระเบี้ยประกัน หมายถึง วิธีการหรือช่องทางในการชำระเบี้ยประกันภัยของผู้เอาประกัน ที่บริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ได้มีไว้ให้บริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับ บริษัทกรุงไทย-แอกซ่า ใน เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกันชีวิต
 - 2.1 ความหมายของการประกันชีวิต
 - 2.2 รูปแบบการประกันชีวิต
 - 2.3 ตัวแทนประกันชีวิต
 - 2.4 ขั้นตอนการทำประกันชีวิต
 - 2.5 ประโยชน์ของการประกันชีวิต
3. บริษัทประกันชีวิตใน เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
4. ความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของบริษัท กรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543:160-166) ได้กล่าวแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อว่าการซื้อสินค้านั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ หลายขั้นตอน ผู้ซื้อจะต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าว อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนเหล่านี้มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังภาพประกอบที่ 2-3 กระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนที่การซื้อจริงจะเกิดขึ้นนานทีเดียว และก็เกิดติดต่อกันไปอีกนาน ผู้บริโภคอาจจะดำเนินกิจกรรมทั้ง 5 ขั้นตอน ถ้าเป็นเช่นนั้นเราเรียกการดำเนินกิจกรรมในทำนองนี้ว่า “ทุ่มเทความพยายามสูง” แต่ทว่าในการซื้อชนิดเป็น “กิจวัตร” ผู้บริโภคมักข้ามบางขั้นตอน หรือไม่ก็สลับขั้นตอน เช่น ไม่หาข่าวสารจากแหล่งภายนอก ซื้อสินค้าก่อนประเมินที่หลัง รีบเร่งซื้อ ไม่หาข่าวสาร และไม่ประเมินสินค้า เป็นต้น บางทีอาจเป็นเพราะเป็นสินค้าที่ใช้การทุ่มเทความพยายามต่ำ ซึ่งผู้ซื้อจึงข้ามขั้นตอนบางตอนไปทำการซื้อเลย

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเบื้องต้นประกอบดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ คือการตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่ผู้ซื้อ เป็นอยู่จริงกับสถานะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยตัวกระตุ้นจากภายใน (กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิวกระหาย เพศ) ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน นอกจากนี้ความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก เช่นนาย ก. เดินผ่านร้านอาหาร และการมองเห็นเบียร์อย่างที่แขวนอยู่ในร้านกระตุ้นความหิว หรือนาย ก.ชมเชยรถคันใหม่ของเพื่อนบ้าน หรือเขาดูโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการพักผ่อนในแคนาดา

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นอาจจะหรืออาจจะไม่เสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้บริโภคแข็งแกร่งและสินค้าที่ตอบสนองอยู่ใกล้ ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อทันที มิฉะนั้นแล้วผู้บริโภคอาจเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำหรือไม่ก็ทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการดังกล่าว

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) แนวความคิดเบื้องต้นที่จะช่วยอธิบายกระบวนการประเมินผู้บริโภค มีดังนี้

ประการแรก เรามีสมมุติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละรายมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวลรวมของลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ในกรณีกล่องถายรูป ลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพของรูปถ่ายง่ายต่อการใช้ ขนาดของกล่อง ราคา และลักษณะอื่น ๆ ผู้บริโภคแตกต่างกันในการมองลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

ประการที่สอง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

ประการที่สาม ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตราหือ ความเชื่อชุดที่ผู้บริโภคมักกับตราใดตราหนึ่งนั้นเรียกว่า “ภาพพจน์ของตราหือ (Brand Image)” โดยการมีประสบการณ์และผลที่ได้รับจากการมีการเลือกรับรู้ เลือก บิดเบือนและเลือกเก็บรักษา ความเชื่อของผู้บริโภคจึงแตกต่างไปจากลักษณะจริงของผลิตภัณฑ์

ประการที่สี่ ความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคราคาว่าจะได้รับแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของลักษณะตัวสินค้า

ประการที่ห้า ผู้บริโภคเกิดมีทัศนคติต่อตราทั้งหลายโดยวิธีการประเมินบางวิธี ผู้บริโภคมักใช้วิธีการประเมินบางวิธีขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของเขา กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเมื่อประกอบดังนี้

1. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543:164) ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อตราที่ชอบมากที่สุด แต่ทว่า มีปัจจัย 2 ประการ อาจเข้ามาขวางระหว่างความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยแรก คือ ทศนคติของผู้อื่น เช่น ถ้าภรรยา นาย ก. เห็นว่าควรซื้อของที่ราคาถูกที่สุด โอกาสที่ นาย ก. จะซื้อของราคาแพงก็จะลดน้อยลง

ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง ผู้บริโภคอาจสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นมา โดยอิงปัจจัยต่าง ๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ราคาที่คาดหมาย และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับ อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงอาจเปลี่ยนความตั้งใจซื้อได้

การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคอาจต้องทำการตัดสินใจย่อย 5 ประการ เพื่อการซื้อสินค้าได้แก่ การตัดสินใจเลือกตรา ตัดสินใจเลือกผู้ขาย ตัดสินใจเลือกจำนวน ตัดสินใจเลือกจังหวะเวลา และการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการจ่ายเงิน แต่การซื้อสินค้าที่ใช้ทุกวันเกี่ยวข้องกับตัดสินใจซื้อน้อยกว่านี้ เช่น การซื้อน้ำปลา นาย ก. อาจคิดนิดหน่อยในเรื่องของผู้ขาย และวิธีการจ่ายเงิน

2. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากที่มีการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจ และจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหมายของผู้บริโภคกับการปฏิบัติของสินค้า ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหมาย ผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความคาดหมายผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหมายผู้บริโภคจะปลื้มและยินดีมาก ผู้บริโภคจึงความคาดหมายไว้กับข่าวสารที่ได้รับ ถ้าผู้ขายอ้างการปฏิบัติงานของสินค้าเกินความเป็นจริง ผลก็คือ ผู้บริโภคจะไม่พอใจ ดังนั้น ผู้ขายจะต้องซื้อสัตย์ในการเสนอข้ออ้างของสินค้าของเขา ถ้าผู้บริโภคเกิดความพอใจเขาก็จะสร้างความซื้อสัตย์ต่อตราที่หือ ถ้าไม่พอใจก็อาจจะเลิกเป็นลูกค้าหรือทำการคืนสินค้า ดังนั้น จะเป็นการฉลาดถ้าบริษัทจะทำการวัดความพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ ของผู้ซื้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนได้แก่

- 1) การตระหนักถึงความต้องการ
- 2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร
- 3) การประเมินทางเลือก
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

จากแนวคิดของ นักวิชาการที่ได้กล่าวถึง ข้างต้น ได้มีการพัฒนาทฤษฎี เกี่ยวกับการ ตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Making Theory) (Schiffman & Kanuk.1994:560-580) ได้กล่าวถึง ตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making) ตัวแบบนี้จะรวม ความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. การนำเข้าสู่ข้อมูล (Input) เป็นอิทธิพลจากภายนอก ที่มีผลต่อค่านิยมทัศนคติและ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ซึ่งแยกเป็น

1.1 กิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึงกำหนดและจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น ใช้หีบห่อ ขนาด การรับประกันและนโยบายด้านราคา เป็นต้น

1.2 ปัจจัยนำเข้าด้านสังคมวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า เช่น ความ คิดเห็นของเพื่อน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในของ บุคคล ที่มีผลต่อการประเมินผลและการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์

2. กระบวนการ (Process) เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการนี้ เราจะพิจารณาถึงอิทธิพลของ ปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งจะเป็นอิทธิพลภายใน (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ หรือทัศนคติ) ที่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยอีก 2 ประการ คือ

2.1 การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) คือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญ เขาไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการใน ที่เดิม ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ เขาจะเชื่อถือใน ชื่อเสียงของร้านค้า นั้น ๆ ถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคจะซื้อของแพงไว้ก่อน เพื่อลดความเสี่ยงเพราะ เขาคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

2.2 กลุ่มที่ยอมรับได้ (Evoked Set) หมายถึง ตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อซึ่ง ประกอบด้วยสินค้าจำนวนน้อยที่ผู้บริโภคคุ้นเคยจำได้และยอมรับการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ชั้นความรู้รู้ความต้องการ (Need Recognition) ชั้นรับรู้ความต้องการจะ เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา เช่น การซื้อของจากเครื่องขายอัตโนมัติกับปัญหาซับซ้อน คือ ปัญหาที่มีการพัฒนาให้ซับซ้อนขึ้น เช่น เมื่อใช้รถไปนาน ๆ ก็มีความคิดที่จะเปลี่ยนรถใหม่เพื่อ หลีกเลี่ยงค่าซ่อมรถเก่า เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Repurchase Search) ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นเมื่อ ผู้บริโภครู้ว่า จะได้รับความพอใจจากการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะต้องการข้อมูลเพื่อใช้ เป็นพื้นฐานในการเลือก (ถ้ามีประสบการณ์มาก่อนก็ใช้ได้เลย แต่ถ้าไม่มีก็ต้องค้นหา)

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งผู้บริโภคประเมินผลประโยชน์ที่จะได้รับจากแต่ละทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่กำลังพิจารณาจะใช้ 2 รูปแบบ คือ 1) ใช้รายชื่อตราที่เลือกไว้แล้ว 2) เลือกเอาจากทั้งหมดที่มีในตลาดกฎการตัดสินใจ (Affect Referral Decision Rules) หมายถึง กฎการตัดสินใจที่ง่ายที่สุดซึ่งผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ให้คะแนนตราสินค้าจากประสบการณ์ที่ผ่านมามากกว่าคุณสมบัติด้านอื่น ๆ การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคโดยอาศัยกฎการเลือกซื้อ มี 4 แบบ

1. การปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์ (Practical Loyalists) ซื้อตราที่ซื้อเป็นประจำ
2. ผู้ซื้อที่นิยมราคาต่ำสุด (Bottom Line Price Shoppers) ซื้อราคาต่ำสุดโดยไม่สนใจตรา
3. ผู้ซื้อที่เปลี่ยนการซื้อตามโอกาสหรือผู้ขายโอกาส (Opportunistic Switchers) ใช้คู่มือแลกเปลี่ยนหรือซื้อที่ลดราคา
4. นักล่าอย่างแท้จริง (Deal Hunters) ซื้อที่มีเงื่อนไขที่ดีที่สุด ไม่มีความภักดีในตราสินค้า

การแสดงผลหรือพฤติกรรมที่แสดงออก (Output) คือ พฤติกรรมการซื้อและการประเมินหลังการซื้อวัตถุประสงค์ทั้งสองกิจกรรมนี้เพื่อที่จะเพิ่มความพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของพวกเขา

1. พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) ผู้บริโภคมีประเภทการซื้ออยู่ 2 ประเภท คือ ทดลองซื้อ (Trail Purchase) และซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้าชนิดหนึ่งหรือตราหนึ่งเป็นครั้งแรก และซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ การซื้อนี้จะถูกพิจารณาว่าเป็นการทดลองซื้อ นั่นคือการทดลองคือรูปแบบพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินสินค้าโดยผ่านการใช้ตรง ถ้าตราใหม่เป็นสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าที่มีอยู่แล้วถูกค้นพบจากการทดลองใช้ว่าทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าตราสินค้าอื่นหรือตราเดิมที่ซื้ออยู่ ผู้บริโภคก็จะทำการซื้อซ้ำ พฤติกรรมการซื้อซ้ำนี้ใกล้เคียงกับแนวความคิดความภักดีในตราสินค้ามาก (Brand Loyalty) ซึ่งทุกบริษัทจะให้มีความสัมพันธ์กับตราสินค้าของตนเอง การซื้อซ้ำนั้นเป็นการบ่งชี้ว่าผู้บริโภคพอใจในสินค้า

2. การประเมินหลังการซื้อ (Post Purchase Evaluation) เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระหว่างการทดลองใช้พวกเขาก็จะทำการประเมินในด้านของสิ่งที่พวกเขาคาดหวังซึ่งผลจากการประเมินนั้นเป็นไปได้ที่จะออกมาใน 3 รูปแบบ ดังนี้

- 2.1 สินค้านั้นตรงกับความคาดหวังนำไปสู่ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ
- 2.2 สินค้านั้นดีเกินความคาดหวัง ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกที่เป็นบวก

2.3 สินค้านั้นไม่ตีเกินความคาดหมาย ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกที่เป็นลบ

สำหรับผลที่จะออกมาในแต่ละข้อของ 3 ข้อนี้ แสดงถึงความคาดหวังและความพอใจของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับกรณีที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะ ตัดสินประสพการณ์ของเขาเกี่ยวกับความคาดหวังเมื่อพวกเขาทำการประเมินหลังการซื้อประเภทของ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย พฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อน พฤติกรรมการซื้อเพื่อลดความสงสัย พฤติกรรมการซื้อที่คิดเป็นนิสัยและพฤติกรรมการซื้อ โดยการแสวงหาความหลากหลาย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 157- 159) ได้กล่าวประเภทของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อว่า พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกันตามประเภทของสินค้า เช่น การซื้อแปรงสีฟันกับรถยนต์แตกต่างกัน โดยปกติการตัดสินใจที่มีความสลับซับซ้อนมากมักเกี่ยวข้องกับผู้ร่วมในการซื้อมากขึ้น และมีความละเอียดรอบคอบมากขึ้น ดังภาพประกอบที่ 2-6 แสดงประเภทพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ที่อิงระดับการทุ่มเทความพยายามของผู้ซื้อ และระดับความแตกต่างระหว่างตราหือต่าง ๆ พฤติกรรมการซื้อแบ่งได้ออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อน (Complex Buying Behavior) ผู้บริโภคใช้พฤติกรรมแบบนี้เมื่อเขาทุ่มเทความพยายามสูง (ดำเนินการตามขั้นตอนของการตัดสินใจหลายขั้นตอน) ในการซื้อ และมีการรับรู้ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างตราหือต่าง ๆ สถานการณ์ชนิดนี้เกิดขึ้นเมื่อสินค้านั้นราคาแพง สินค้าเกี่ยวข้องกับการเสี่ยงภัย สินค้าที่ซื้อไม่บ่อยครั้งนัก และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกตัวผู้ใช้

2. พฤติกรรมการซื้อเพื่อลดความสงสัย (Dissonance-reducing Buying Behavior) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีการเกี่ยวข้อง และทุ่มเทความพยายามสูงกับการซื้อสินค้าที่มีราคาแพง ซื้อไม่บ่อยหรือมีความเสี่ยงมาก แต่ผู้บริโภคดังกล่าวก็พบว่า ความแตกต่างระหว่างตราหือต่าง ๆ มีน้อยมาก เช่น ผู้บริโภคซื้อผ้าปูเตียงสำหรับห้องรับแขก จะพบว่า เป็นการตัดสินใจที่ต้องทุ่มเทความพยายามสูง เพราะผ้าปูเตียงแพง และเป็นการแสดงงานออกมาให้คนอื่นเห็น ผู้ซื้ออาจพิจารณาได้ว่า ผ้าปูเตียงตราหือต่าง ๆ และร้านต่าง ๆ มีราคาใกล้เคียงกับ ในกรณีนี้เนื่องจากความแตกต่างของตราหือที่ผู้บริโภครับรู้ได้มีไม่มากนัก ผู้ซื้ออาจจับจ่ายไปตามร้านต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้ว่าแต่ละร้านขายผ้าปูเตียงอย่างไรบ้าง มีอะไรเสนอขาย แต่ผู้ซื้อก็จะซื้อค่อนข้างรวดเร็วมาก เขาอาจสนใจที่จะซื้อเพราะราคาดี หรือมีความสะดวกในการซื้อ

3. พฤติกรรมการซื้อที่คิดเป็นนิสัย (Habitual Buying Behavior) เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคมีการทุ่มเทความพยายามน้อย และความแตกต่างระหว่างตราหือน้อย เช่น การซื้อน้ำเปล่าสินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคทุ่มเทความพยายามน้อยเพียงแต่ไปที่ร้านใกล้บ้านก็จะเห็นตราที่

ต้องการถ้าเขาจะซื้อตราเดิมมันก็เป็นเพราะนิสัย ไม่ใช่เพราะความซื่อสัตย์ต่อตราที่หือสูงผู้บริโภค มักจะทุ่มเทความพยายามต่ำกับสินค้าที่ราคาต่ำและมักจะซื้อบ่อยมาก

4. พฤติกรรมการซื้อโดยการแสวงหาความหลากหลาย (Variety Seeking Buying Behavior) ผู้บริโภคก่อพฤติกรรมแบบนี้ในสถานการณ์ที่มีการทุ่มเทความพยายามต่ำแต่ ความแตกต่างของตราที่หือที่เขารับรู้ได้มีมากในกรณีเช่นนี้ผู้บริโภคมักจะเปลี่ยนตราที่หือ เช่น เมื่อ ผู้บริโภคซื้อช็อกโกแลต ผู้บริโภคจะมีความเชื่อบางอย่างเลือกช็อกโกแลต โดยไม่ต้องประเมินมาก จากนั้นก็ประเมินตราที่หือที่มีการบริโภค แต่ครั้งต่อไปผู้บริโภคอาจซื้อตราอื่น การเปลี่ยนตราที่หือ เกิดขึ้นเพราะความต้องการความหลากหลายมากกว่าเพราะความไม่พอใจ

กล่าวสรุปได้ว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจ ในประเด็นต่าง ๆ คือ

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product)
2. การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
3. การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
4. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
5. การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

จากทฤษฎีการตัดสินใจสรุปได้ว่า เกิดจากอิทธิพลจากภายนอก เช่น ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอิทธิพลภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวความคิดเกี่ยวกับการประกันชีวิต

ความหมายและความเป็นมาของการประกันชีวิต

การประกันชีวิต หมายถึง วิธีการที่คนกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันเพื่อร่วมกันเฉลี่ยภัย หรือเป็น วิธีการทดแทนการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการประสบภัย เมื่อคนใดต้องพบกับภัยจะได้รับเงิน ก้อนหนึ่งจากบริษัทประกันชีวิตเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเอง และครอบครัว โดยเงินก้อนนี้ เป็นเงินเฉลี่ยเก็บจากผู้สมัครทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิต ซึ่งเงินส่วนนี้เรียกว่า “เบี้ยประกัน ชีวิต”

ตามที่มีบันทึกสถิติเป็นลายลักษณ์อักษร เกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศได้เข้ามา ดำเนินกิจการในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระองค์ได้ มีรับสั่งเมื่อครั้งติดต่อซื้อเครื่องพิมพ์ดีดจากต่างประเทศว่าควรประกันการขนส่งระหว่างเดินทางใน

เร็วด้วย นอกจากนี้ยังมีเอกสารและหนังสือพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 5 ปรากฏอยู่ทั่วไปในขณะนั้น ทำให้ทราบว่า “การประกันชีวิต” ได้เป็นที่รู้จักกันแล้วเช่นกัน โดยมีการยืนยันว่าหลังจากที่รัชกาลที่ 5 เสด็จกลับจากการเสด็จประพาสประเทศอินเดียไม่นานนัก ทางอังกฤษได้จัดส่งคณะทูตการพาณิชย์ประเทศไทยเพื่อเข้าเฝ้าขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต ขยายกิจการค้าบางประเภทในการพาณิชย์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ในครั้งนี้สมเด็จพระบรมมหาศรีสุริยวงศ์ เอกอัครราชมหาเสนาบดี เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่คอยต้อนรับคณะทูต ในระยะเวลาเดียวกันนั่นเอง “บริษัท อีสเอเชียติก จำกัด” ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท เอกวิคิตาเบิล ประกันภัยแห่งกรุงลอนดอน ผู้จัดการของบริษัท อีสเอเชียติก จำกัด จึงได้ขอร้องให้คณะทูต นำเรื่องขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกอบธุรกิจในประเทศไทย โดยรับประกันชีวิตคนไทยและคนต่างชาติที่เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร

ดังนั้น จึงถือได้ว่าการประกันชีวิตในประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นในสมัยแผ่นดินของสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยมีสมเด็จพระยามหาศรีสุริยวงศ์เป็นคนแรกที่ทำประกันชีวิต ต่อจากนั้นก็มียุทธบริษัทประกันชีวิต ประกันภัย ของต่างประเทศเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย อีกหลายบริษัท จนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น บริษัทต่างๆ ของชาวต่างประเทศก็เลิกกิจการไป ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเข้าร่วมกับประเทศญี่ปุ่นเพื่อทำสงครามโลก ในขณะนั้นบริษัทที่เข้าตั้งในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็เป็นประเทศคู่สงคราม จึงได้เลิกกิจการไปประชาชนต้องสูญเสียเงินโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนใดๆ ทั้งนี้เป็นไปตามกฎหมาย ว่าด้วยสงครามระหว่างประเทศนิติกรรมที่ทำไว้จึงตกเป็น “โมฆียะ” ทำให้ประชาชนเดือดร้อนเป็นจำนวนมาก

รูปแบบของการประกันชีวิต

รูปแบบของการประกันชีวิต มี 2 ชนิดคือ ชนิดที่มีเงินปันผล คือเงินปันผลมาจากส่วนเงินจากค่าดำเนินงานของบริษัทซึ่งจะจ่ายให้กับกรมธรรม์ที่ ระบุไว้ตามเงื่อนไขกรมธรรม์เท่านั้น และอีกชนิดหนึ่งคือ ชนิดที่ไม่มีเงินปันผล ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต มี 3 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 ประเภทสามัญ คือ เป็นการประกันชีวิตรายบุคคล จำนวนทุนประกัน ปลายกลาง – สูง อาจจะมีหรือไม่มีการตรวจสุขภาพก็ได้ ชำระเบี้ยประกันเป็นรายปีเสมอ มีระยะเวลาผ่อนผันได้ 30 วัน (หากเสียชีวิตในระยะเวลาผ่อนผัน จ่ายเงินเอาประกันหักเบี้ยประกันที่ค้างออกจากทุนประกันก่อน)

ประเภทที่ 2 ประเภทอุตสาหกรรม คือ จำนวนทุนประกันต่ำ เหมาะกับผู้อาประกันที่มีรายได้น้อย การชำระเบี้ยประกัน ถือเกณฑ์เป็นรายเดือนเสมอและไม่มีการตรวจสุขภาพ มีระยะเวลาผ่อนผัน 180 วันซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยังไม่คุ้มครองการเสียชีวิตจากโรคร้ายไข้เจ็บ (หากเสียชีวิต บริษัท

ประกันจะคืนเบี้ยประกันแก่ผู้รับประโยชน์เท่านั้น) แต่ยังคงคุ้มครองการเสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุซึ่งจ่ายทุนประกัน มีระยะเวลาผ่อนผันการชำระเบี้ย 60 วัน

ประเภทที่ 3 ประเภทกลุ่ม คือ ส่วนใหญ่จะเป็นสวัสดิการที่นายจ้างทำให้ลูกจ้าง บริษัท ออกใบสำคัญประกันชีวิตให้สมาชิกทุกคนภายใต้กรมธรรม์หลัก นายจ้างเป็นผู้เรียกร้องผลประโยชน์ในกรณีเกิดเหตุ ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ กรณีนายจ้างชำระเบี้ยประกันให้ลูกจ้างทั้งหมด ต้องมีจำนวนลูกจ้างร่วมทำประกันชีวิตเป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 75% ของลูกจ้างที่มีสิทธิทำประกันชีวิตทั้งหมด ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต มี 4 แบบ คือ

แบบที่ 1 แบบชั่วระยะเวลา (แบบเฉพาะกาล) คือ แบบประกันที่มีลักษณะคล้ายกับการประกันวินาศภัยมากที่สุด คือ มีแต่ความคุ้มครองมรณกรรมแต่ไม่มีการออมทรัพย์ บริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ ก็ต่อเมื่อผู้เอาประกันชีวิตเสียชีวิตภายในกำหนดระยะเวลา (ความคุ้มครองสั้นๆ เช่น 1 ปี, 3 ปี, 5 ปี หรือ 10 ปี) ของสัญญาเท่านั้น หากมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา จะไม่ได้เงินคืนใดๆ แบบชั่วระยะเวลานี้ให้ประโยชน์ในด้านความคุ้มครองมากที่สุด โดยเสียเบี้ยประกันต่อปีต่ำที่สุดหรือเบี้ยถูกที่สุด(เมื่อเปรียบเทียบกับแบบอื่นๆ) เพราะที่ กรมธรรม์คุ้มครองเฉพาะกรณีผู้เอาประกันเสียชีวิตเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่มีมูลค่ากรมธรรม์หรือไม่มีมูลค่าเงินสด จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองสูงโดยชำระเบี้ยต่ำ เช่นการคุ้มครองหนี้สินชั่วคราว, หนี้จำนองบ้าน

แบบที่ 2 แบบตลอดชีพ เป็นการประกันชีวิตที่มีระยะเวลาคุ้มครองตลอดชีวิตของผู้เอาประกัน กล่าวคือ บริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตในระหว่างสัญญามีผลบังคับ หรือมีชีวิตอยู่จนผู้เอาประกันมีอายุครบ 99 หรือ 100 ปี จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองระยะยาว เช่นการสร้างกองทุนมรดก หรือการปลดเปลื้องภาระหนี้สินครั้งสุดท้าย การชำระเบี้ยประกันภัยผู้เอาประกันสามารถเลือกชำระได้ 3 วิธี คือ ชำระเบี้ยประกันเพียงครั้งเดียว ชำระเบี้ยประกันเฉพาะที่กำหนด เช่น 10, 15, 20 ปี หรือชำระเบี้ยจนผู้เอาประกันอายุครบ 60 ปี หรือชำระเบี้ยประกันตลอดชีพ

แบบที่ 3 แบบสะสมทรัพย์ เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่รอดจนครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ หากผู้เอาประกันเสียชีวิตในระหว่างสัญญา ดังนั้นจึงให้ทั้ง ความคุ้มครองและการออมทรัพย์ ในขณะเดียวกัน เพราะการประกันแบบนี้มาจากแบบประกันชีวิต 2 แบบรวมกัน คือ แบบชั่วระยะเวลา และแบบสะสมทรัพย์แท้จริง (แบบสะสมทรัพย์แท้จริงคือการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันเมื่อผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญาเท่านั้น) กรมธรรม์แบบนี้หากชำระเบี้ยมา 2, 3 ปี จะมีมูลค่ากรมธรรม์เกิดขึ้น (เช่นมูลค่าเวนคืนเงิน

สด,มูลค่าใช้เงินสำเร็จ หรือมูลค่าขยายเวลา) เมื่อกรมธรรม์มีมูลค่าเวนคืนเงินสดผู้เอาประกันสามารถกู้เงินโดยเอากรมธรรม์เป็นประกัน และกู้ได้ไม่เกินมูลค่าเงินสด แบบประกันสะสมทรัพย์นี้จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างเป็นกองทุนการศึกษาให้บุตร หรือการเก็บออมเพื่อสร้างกองทุนในอนาคต

แบบที่ 4 แบบเงินได้ประจำ (แบบบำนาญ) เป็นการประกันชีวิตที่ผู้เอาประกันต้องการรายได้ไว้ใช้ยามชราภาพ โดยบริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันเป็นรายงวดเท่ากันทุกปี อย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันนับตั้งแต่สัญญาครบกำหนด ถ้ายังมีชีวิตอยู่ก็รับต่อไปเรื่อยๆ ทุกปี จะเห็นได้ว่าการประกันชีวิตแบบนี้ๆนั้น อาจจ่ายเงินเอาประกันที่เกิดจากการมรณะของผู้เอาประกัน ส่วนแบบเงินได้ประจำจะจ่ายเงินเอาประกันก็ต่อเมื่อผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่ (เบี้ยเลี้ยงชีพ) โดยจะจ่ายไปตลอดจนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต จึงจะหยุดจ่าย

ตัวแทนประกันชีวิต

ธุรกิจการประกันชีวิต ส่วนใหญ่จะดำเนินการขายประกันชีวิต ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตัวแทนประกันชีวิตซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่าง ผู้เอาประกันชีวิต กับ ผู้รับประกันชีวิต โดยมีบทบาทหน้าที่สำคัญต่อการชี้ชวนชักนำไปเข้ามาทำประกันชีวิต ผู้รับประกันชีวิตจึงมีความจำเป็นที่จะต้อง มีข้อพึงปฏิบัติสำหรับการขายประกันชีวิตขึ้น เพื่อไว้ใช้ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการขายประกันชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ

คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี

1. มีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตเป็นอย่างดี เป็นคนขยันชวนขวยหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
2. มีความสามารถในการขาย และขยายตลาดด้วยการแสวงหาผู้มุ่งหวังจากตลาดให้ต่อ ยอดรายซื้อและปรับปรุง แก้ไขเทคนิคการขาย การขยายตลาดจะทำให้เป็นนักขายที่ดี
3. มีนิสัยในการทำงานที่ดี มีการวางแผนในการทำงานอย่างมีระบบ ขยันขันแข็งมีระเบียบวินัย
4. มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ในการ
 - ขายอย่างมีคุณภาพ ขายตามความต้องการของลูกค้า
 - ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อถือและเข้าใจ
 - ต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพในธุรกิจนี้ต้องอาศัยความเชื่อถือศรัทธาและความเป็นกันเองสูงทั้งของผู้เอาประกันและผู้รับประกันโดยผ่านทางตัวแทน

จรรยาบรรณและศีลธรรมของตัวแทนประกันชีวิต ประกอบด้วย 10 ประการดังนี้

1. มีความซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันภัย บริษัทและเพื่อนร่วมอาชีพ
2. ให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอและชี้แจงให้ผู้เอาประกันภัยทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย
3. รักษาความลับมิควรเปิดเผยข้อมูลของผู้เอาประกันภัยและข้อมูลของบริษัทต่อบุคคลภายนอก
4. เปิดเผยข้อความจริงของผู้เอาประกันภัยในส่วนที่เป็นสาระสำคัญเพื่อการพิจารณารับประกัน หรือเพื่อความสมบูรณ์แห่งกรมธรรม์
5. ไม่เสนอแนะให้ผู้เอาประกันภัยทำประกันภัยเกินความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัย หรือ เสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์
6. ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าเบี้ยประกันเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้เอาประกันภัย
7. ไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันภัยสละกรมธรรม์เดิมเพื่อทำสัญญาใหม่หากทำให้ผู้เอาประกันภัยเสียประโยชน์
8. ไม่กล่าวให้ร้ายทับถมตัวแทนหรือบริษัทอื่น
9. หมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ
10. ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรม ประเพณีอันดีงาม รวมทั้งดำรงไว้ซึ่งเกียรติและศักดิ์ศรี

คุณธรรมแห่งอาชีพจะปฎิบัติ ซึ่งหมายถึง การที่ผู้ประกอบวิชาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องปฎิบัติ สำหรับจรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิตที่เกี่ยวข้องกับบุคคล 3 กลุ่มได้แก่ จรรยาบรรณต่อผู้เอาประกันชีวิต

1. ซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันชีวิตให้บริการและรักษาประโยชน์ต่อผู้เอาประกันชีวิต
2. รักษาความลับต่อผู้เอาประกัน โดยเปิดเผยเฉพาะข้อมูลซึ่งเป็นข้อกำหนดที่จะต้องแถลงข้อความจริงเพื่อการพิจารณารับประกันของบริษัทเท่านั้น
3. ไม่เสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขกรมธรรม์
4. ไม่ยุให้สละกรมธรรม์เพื่อทำใหม่
5. ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าบำเหน็จจากการประกันชีวิตให้กับผู้เอาประกันเพราะเป็นการผิดจรรยาบรรณและผิดกฎหมาย

จรรยาบรรณต่อบริษัทประกันชีวิต

1. ซื่อสัตย์ต่อบริษัทประกัน
2. รักษาความลับต่อบริษัทของบุคคลภายนอก

3. เปิดเผยข้อความจริงของผู้เอาประกันชีวิตต่อบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณา
4. ไม่ให้ร้ายทับถมบริษัทอื่นเพื่อรักษาภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ

จรรยาบรรณต่อเพื่อนร่วมอาชีพ

1. ชื่อสัตย์ต่อเพื่อนร่วมอาชีพ
2. ไม่ให้ร้ายทับถมซึ่งกันและกัน
3. เป็นผู้ที่หมั่นศึกษาเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ
4. ชำรงไว้ซึ่งศักดิ์ศรีและคุณธรรมแห่งอาชีพปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

งาม

การสร้างเชื่อมั่นต่อธุรกิจประกันชีวิต เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้มีการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัวอย่างกว้างขวาง และการประกันชีวิตมีการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องช่วยกันสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้น ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ซึ่งเป็นหน้าที่ของตัวแทนที่จะถ่ายทอดข้อมูลของการประกันชีวิต ให้กับประชาชนได้ทราบดังนั้นตัวแทนจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ดีเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจ

2. สร้างศรัทธาต่อการประกันชีวิต ซึ่งตัวแทนจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตเป็นอย่างดีเพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขของกรมธรรม์ผลประโยชน์ข้อยกเว้นบางประการ เพื่อให้ผู้เอาประกันจะได้เข้าใจในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน เพื่อจะช่วยสร้างสร้างความมั่นใจความศรัทธาในการบริการที่ดีและเชื่อว่าการประกันชีวิตจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของเขาได้

3. สร้างศรัทธาให้แก่อาชีพตัวแทนประกันชีวิต ตัวแทนทุกคนจะต้องพัฒนาตนเองเทคนิคการขายการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ปลูกฝังทัศนคติที่ดี อาชีพตัวแทนนั้นมีเกียรติมีศักดิ์ศรี มีความมั่นคง บังเกิดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจรรยาบรรณนำความเชื่อถือศรัทธาต่องานอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ดังนั้น สรุปได้ว่า ตัวแทนประกันชีวิต คือ ความสำคัญในการสร้างภาพพจน์ที่ดีในธุรกิจประกันชีวิตเพราะเกี่ยวข้องกับบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้เอาประกันบริษัทรับประกันและเพื่อนร่วมอาชีพ ที่สำคัญการพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะที่ดีของการเป็นตัวแทนประกันชีวิตจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนการประกันชีวิต

การทำประกันชีวิตให้บรรลุเป้าหมายและได้รับประโยชน์สูงสุดนั้นควรทำอย่างรอบคอบเพราะการทำประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวโดยผู้เอาประกันภัยมีหน้าที่หลักในการชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะเวลาอันคั่งนั้นจึงมีหลักเกณฑ์เบื้องต้นในการพิจารณารับประกันชีวิต ได้แก่

1. การจำแนกระดับความเสียหาย ในการประเมินความเสียหายของผู้เอาประกันภัยจากข้อมูลปัจจัยต่างๆ แล้วสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มๆ 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1.1 กลุ่มความเสียหายมาตรฐาน เป็นกลุ่มของผู้เอาประกันภัยที่มีความเสียหายอยู่ในเกณฑ์ปกติ ทั้งทางด้านสุขภาพ และมีอาชีพที่ไม่เสียหายสามารถรับประกันได้ในอัตราเบี้ยประกันภัยปกติ

1.2 กลุ่มความเสียหายต่ำกว่ามาตรฐานเป็นกลุ่มของผู้เอาประกันภัยที่มีความเสียหายสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานอันเนื่องมาจากปัญหาด้านสุขภาพไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือทั้งสองด้านรวมกันผู้เอาประกันจะต้องเสียเบี้ยประกันภัยเพิ่มพิเศษหรือมีเงื่อนไขพิเศษเพิ่มอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งจะมากขึ้นอยู่กับระดับความเสียหายของผู้เอาประกัน

1.3 กลุ่มความเสียหายที่ไม่สามารถเอาประกันภัยได้ เป็นกลุ่มของผู้เอาประกันภัยที่มีความเสี่ยงสูงมากจนบริษัทไม่สามารถรับประกันได้ ซึ่งบริษัทจะปฏิเสธการรับประกัน

2. ปัจจัยและแนวทางในการพิจารณารับประกันชีวิต ในการทำประกันชีวิตควรเกิดขึ้นจากความต้องการทำประกันชีวิตหรือเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิต แต่บ่อยครั้งที่พบว่าผู้เอาประกันภัยทำประกันชีวิตด้วยความเกรงใจหรือเกิดจากการชักชวนของตัวแทนประกันชีวิต มีผู้เอาประกันภัยไม่น้อยที่ทำประกันชีวิตโดยไม่รู้ว่าจะเงื่อนไขสัญญา และลักษณะของกรมธรรม์เป็นอย่างไร ดังนั้นเมื่อจะตัดสินใจทำประกันชีวิตไม่ว่าผู้ที่มาเสนอขายจะเป็นญาติ เพื่อนสนิทหรือใครก็ตามสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา

2.1 แบบการประกันชีวิต ควรเลือกกรมธรรม์ที่ให้ความคุ้มครองและมีเงื่อนไขการจ่ายเงินและผลประโยชน์ที่ตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด

2.2 ความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัย ต้องประมาณจำนวนเงินที่พอจะชำระเบี้ยประกันภัยได้ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย เพราะถ้าขาดชำระจะทำให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับและสิ้นสุดความคุ้มครองทำให้เสียประโยชน์อันพึงจะได้รับ

2.3 กรอกรับคำขอเอาประกันภัยตามความเป็นจริงทุกประการด้วยตนเอง หรือหากผู้อื่นกรอกให้ต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนลงลายมือชื่อ

2.4 เมื่อกรอกใบคำขอเอาประกันภัยเรียบร้อยแล้วและชำระเบี้ยประกันภัยงวดแรกแล้วต้องเรียกใบเสร็จรับเงินชำระเบี้ยประกันภัยชั่วคราวจากตัวแทนประกันชีวิตเพื่อเก็บเอาไว้เป็นหลักฐาน

2.5 เมื่อได้รับกรมธรรม์ พร้อมกับใบเสร็จรับเงินแล้วให้ตรวจสอบรายละเอียด โดยเฉพาะข้อมูลที่ระบุไว้หน้าตารางกรมธรรม์ว่าถูกต้องตรงกับข้อมูลที่แจ้งไว้ในใบคำขอเอาประกันภัยหรือไม่หากพบความผิดพลาดให้รีบแจ้งบริษัทเพื่อแก้ไข

2.6 อ่านกรมธรรม์โดยละเอียด เพื่อที่จะทำการศึกษาเงื่อนไขกรมธรรม์ ทั้งหน้าที่และสิทธิพึงประโยชน์ที่จะได้รับ

3. วิธีการชำระเบี้ยประกันภัยมีหลายวิธีแล้วแต่ความสะดวกของผู้เอาประกันภัยได้แก่

3.1 การชำระโดยหักจากยอดเงินฝากบัญชีธนาคาร

3.2 การชำระผ่านที่ทำการของธนาคาร

3.3 การชำระทางธนาคาร

3.4 การชำระด้วยตนเองหรือสาขาของบริษัท

3.5 การชำระผ่านตัวแทนประกันชีวิต

หากมีปัญหาด้านการเงินเพื่อการชำระเบี้ยประกันภัยมีวิธีแก้ปัญหา ดังต่อไปนี้

- การลดจำนวนเงินเอาประกันภัย
- การขอเปลี่ยนแปลงการประกันชีวิต
- การขอยกเลิกสัญญาเพิ่มเติมกรมธรรม์ประกันภัย
- การขอเปลี่ยนงวดการชำระเบี้ยประกันภัย
- การขอเปลี่ยนกรมธรรม์เป็นกรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จหรือขายเวลา
- การขอกู้ยืมเงิน โดยมีกรมธรรม์ประกันภัยเป็นประกัน

บริษัทปฏิเสธการจ่ายเงินจากการทำประกันชีวิตในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

- การปกปิดข้อความจริงและแถลงข้อความเท็จ
- ฆ่าตัวตายโดยเจตนาภายใน 1 ปี
- ผู้รับประโยชน์ฆ่าผู้เอาประกันภัยโดยเจตนา
- การเสียชีวิตโดยธรรมชาติในระยะเวลาการออก
- การปกปิดอายุจริงของผู้เอาประกันภัยอยู่นอกจำกัดอัตราการค่าปกติของบริษัท

4. การขอรับเงินตามกรมธรรม์ประกันภัย ซึ่งผู้เอาประกันภัยจะสามารถขอรับเงินตามกรมธรรม์ประกันภัยอันมีสาเหตุมาจากกรณีใดกรณีหนึ่ง ได้แก่ กรณีผู้เอาประกันเสียชีวิตและกรณีเรียกร้องค่ารักษาพยาบาลทุพพลภาพและสูญเสียอวัยวะส่วนสิทธิเกี่ยวกับการขอรับเงินปันผลใน

กรณีที่กรมธรรม์ประกันภัยเป็นชนิดมีเงินปันผล ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิขอเลือกรับเงินปันผลในใบคำขอเอาประกันภัยได้ 4 วิธี คือ

4.1 ขอรับเป็นเงินสด

4.2 นำไปชำระเบี้ยประกันภัย

4.3 ฝากไว้กับบริษัท โดยที่บริษัทจะจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินปันผลที่ฝากไว้กับบริษัทในทุกปีในอัตราดอกเบี้ยทบต้นตามที่นายทะเบียนประกาศกำหนด

4.4 ขอเพิ่มจำนวนเงินเอาประกันภัย ซึ่งจะมีสิทธิได้รับเมื่อกรมธรรม์ประกันภัยครบกำหนด หรือเมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต

5. การเลิกสัญญาประกันภัย ผู้เอาประกันสามารถบอกเลิกสัญญาประกันภัยเมื่อใดก็ได้โดยวิธีการดังนี้

5.1 การคืนเบี้ยกรณีและผู้เอาประกันภัยต้องการบอกเลิกสัญญาประกันภัย ภายใน 15 วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับกรมธรรม์ บริษัทจะคืนเบี้ยตามที่จ่ายจริงหักด้วยค่าธรรมเนียม 500 บาท และค่าตรวจสอบสุขภาพ (ถ้ามี)

5.2 มูลค่าเวนคืน กรณีที่ผู้เอาประกันภัยต้องการบอกเลิกสัญญาประกันภัย หลังจากเกินระยะเวลา Free Look Period และกรมธรรม์ที่มีมูลค่าเวนคืนแล้วก็จะได้รับเงินคืนตามจำนวนดังกล่าว

ดังนั้นสรุปได้ว่า ขั้นตอนการประกันชีวิตนั้นประกอบด้วย การจำแนกระดับความเสี่ยงปัจจัยและแนวทางการพิจารณารับประกันวิธีการชำระเบี้ยประกันการขอรับเงินตามกรมธรรม์ภัยและการบอกเลิกสัญญาประกันภัย

ประโยชน์และประเภทของการประกันชีวิต

ประโยชน์ของการประกันชีวิต ประโยชน์ของการประกันชีวิตอาจแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การให้ความคุ้มครอง

การให้ความคุ้มครองประโยชน์ของการทำประกันชีวิตสำหรับในด้านการให้ความคุ้มครอง จะเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัวและสังคมดังนี้

เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของครอบครัว เมื่อหัวหน้าครอบครัวเสียชีวิต รายได้ที่เคยมอบให้แก่ครอบครัวเป็นประจำย่อมสิ้นสุด แต่ค่าใช้จ่ายประจำยังคงมีอยู่ต่อไป เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร ค่าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เงินจากการทำประกันชีวิตจึงเข้ามาทดแทนรายได้ส่วนนี้ ซึ่งจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของครอบครัว

เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษาของบุตร ความรับผิดชอบที่บิดามารดามีต่อบุตร คือ การให้การศึกษาแก่บุตร หากบิดามารดาจากไปก่อนวัยอันสมควร ความหวังของบุตรที่จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินให้เล่าเรียนชั้นสูงขึ้นอาจเลือนราง หรืออาจสลายไป ด้วยเหตุนี้คนเราจึงวางแผนทางการเงินด้วยการทำประกันชีวิตไว้เพื่อเป็นทุนการศึกษาของบุตร

เพื่อใช้จ่ายการรักษาพยาบาล เมื่อเกิดการเจ็บป่วยค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเป็นผลให้เงินออมที่มีอยู่ต้องลดลง หากการเจ็บป่วยยืดเยื้อเป็นเวลานานอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของครอบครัวหรือถึงขั้นวิกฤตทางการเงินได้ การประกันสุขภาพจึงเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถลดความวิตกกังวลในเรื่องค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้

เพื่อสร้างหลักประกันเมื่อเกิดการทุพพลภาพ ถ้าได้ทำประกันชีวิตพร้อมทั้งซื้อสัญญาเพิ่มเติมเพื่อให้ความคุ้มครองทุพพลภาพจนไม่สามารถประกอบอาชีพได้ หากผู้เอาประกันตกเป็นบุคคลทุพพลภาพก็จะได้รับเงินเพื่อเป็นหลักประกัน

เพื่อเป็นหลักประกันคุ้มครองภาระหนี้สิน ในภาวะที่ผู้เอาประกันมีหนี้สินอยู่หากวันหนึ่งต้องประสบภัยจนต้องสูญเสียชีวิตหรือตกเป็นบุคคลทุพพลภาพ ภาระหนี้สินนี้จะตกอยู่กับคนในครอบครัว ถ้าได้ทำประกันชีวิตไว้ครอบครัวสามารถทำเงินที่ได้จากการทำประกันชีวิตไปชำระหนี้สินเหล่านั้นได้

เพื่อเป็นเงินสำรองยามฉุกเฉิน ในสังคมที่เจริญทางวัตถุโอกาสที่จะหวังพึ่งผู้อื่นลดน้อยลงทางที่ดีที่สุด คือการเตรียมการรองรับหากเกิดปัญหาทางด้านการเงินในอนาคต เมื่อมีความจำเป็นฉุกเฉินก็สามารถจะนำเงินส่วนนั้นมาใช้ได้ทันที การประกันชีวิตเมื่อทำไป 2-3 ปีขึ้นไปจะมีมูลค่าเงินสดที่เพิ่มขึ้นทุกปี จึงเป็นแหล่งเงินสำรองยามต้องการเงินสดฉุกเฉินโดยการนำกรมธรรม์ประกันชีวิตไปกู้เงินกับบริษัทได้

เพื่อคุ้มครองบุคคลสำคัญทางธุรกิจ โดยการนำธุรกิจย่อมมีบุคคลสำคัญต่อธุรกิจและนำความเจริญมาสู่ธุรกิจ ถ้าสูญเสียบุคคลเหล่านี้ไปจะทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจได้ การทำประกันชีวิตบุคคลสำคัญนี้เป็นการชดเชยการสูญเสียของธุรกิจ หากว่าเกิดการสูญเสียบุคคลเหล่านี้ไป โดยธุรกิจนั้นของครอบครัวผู้เอาประกันและผู้รับประโยชน์

เพื่อความคุ้มครองเจ้าหนี้และลูกหนี้ ในการให้กู้ยืมเงินเจ้าหนี้คำนึงถึงการจะได้รับชำระหนี้คืนจากลูกหนี้ จึงมีการประกันชีวิตของลูกหนี้โดยยกผลประโยชน์ให้แก่เจ้าหนี้เมื่อลูกหนี้เสียชีวิตหรือตกเป็นบุคคลทุพพลภาพ

2. การออมทรัพย์

การออมทรัพย์ การประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว โดยไม่จำเป็นว่าผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินหลังจากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเท่านั้น ผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกทำประกันชีวิตเพื่อให้มีความมั่นคงทางด้านการเงินให้กับตัวเองได้ โดยการประกันชีวิตบางแบบที่เป็นสะสมทรัพย์ ถ้าผู้เอาประกันมีชีวิตจนครบกำหนดสัญญา ก็จะได้รับเงินเอาประกันภัยที่ทำไว้ หรือ หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระหว่างสัญญามีผลบังคับ ผู้รับประโยชน์ก็จะได้รับจำนวนเงินเอาประกันภัย

กล่าวได้ว่า “เสียชีวิตก็ได้รับเงินเอาประกันภัย อยู่ก็ได้รับเงินเอาประกันภัย” เป็นจำนวนเงินที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์จะเห็นได้ว่า การประกันชีวิตถือเป็นวิธีการหรือประดิษฐ์กรรมหนึ่งที่คนเราคิดค้นขึ้นมาเพื่อรับมือกับภัยที่จะทำให้คนเราสูญเสียรายได้ จากภัยที่กล่าวข้างต้น เพื่อช่วยให้ความรัก ความรับผิดชอบของบุคคลที่มีต่อครอบครัวมีความสมบูรณ์แบบและดำรงอยู่ทั้งในยามที่เขามีชีวิตอยู่ หรือเมื่อเขาจากไปด้วยเหตุนี้จึงเรียก การประกันชีวิตว่า การประกันค่าทางเศรษฐกิจของมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าสูงสุดในโลก

ในปัจจุบันนี้การประกันชีวิตได้มีบทบาทในทางเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งเบี้ยประกันที่บริษัทประกันชีวิตได้รับมาจากผู้เอาประกันนั้นได้มีส่วนที่บริษัทประกันชีวิตได้นำไปลงทุน และเงินให้กู้ยืมในระบบเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้มีการขยายตัวทางธุรกิจซึ่งจะส่งผลให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นและเพิ่มภาษีเงินได้แก่รัฐโดยทางอ้อม ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต

ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต มี 2 ชนิดคือ ชนิดที่มีเงินปันผล คือเงินปันผลมาจากส่วนเงินจากค่าดำเนินงานของบริษัทซึ่งจะจ่ายให้กับกรมธรรม์ที่ระบุไว้ตามเงื่อนไขกรมธรรม์เท่านั้นและอีกชนิดหนึ่งคือ ชนิดที่ไม่มีเงินปันผล

ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต มี 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ประเภทสามัญ คือเป็นการประกันชีวิตรายบุคคล จำนวนทุนประกัน ปลายกลาง สูง อาจจะมีหรือไม่มีการตรวจสุขภาพก็ได้ ชำระเบี้ยประกันเป็นรายปีเสมอ มีระยะเวลาผ่อนผันได้ 30 วัน (หากเสียชีวิตในระยะเวลาผ่อนผัน จ่ายเงินเอาประกันหักเบี้ยประกันที่ค้างออกจากทุนประกันก่อน) ประเภทที่ 2 ประเภทอุตสาหกรรม คือ จำนวนทุนประกันต่ำ เหมาะกับผู้เอาประกันที่มีรายได้น้อย การชำระเบี้ยประกัน ถือเป็นรายเดือนเสมอและไม่มีการตรวจสุขภาพ มีระยะเวลารอคอย 180 วันซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยังไม่คุ้มครองการเสียชีวิตจากโรคร้ายไข้เจ็บ (หากเสียชีวิต บริษัทประกันจะคืนเบี้ยประกันแก่ผู้รับประโยชน์เท่านั้น) แต่ยังคงคุ้มครองการเสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุซึ่งจ่ายทุนประกัน มีระยะเวลาผ่อนผันการชำระเบี้ย 60 วัน และ ประเภทที่ 3 ประเภทกลุ่ม คือ ส่วนใหญ่จะเป็น

สวัสดิการที่นายจ้างทำให้ลูกจ้าง บริษัทออกไปสำคัญประกันชีวิตให้สมาชิกทุกคนภายใต้กรมธรรม์หลัก นายจ้างเป็นผู้เรียกร้องผลประโยชน์ในกรณีเกิดเหตุ ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ กรณีนายจ้างชำระเบี้ยประกันให้ลูกจ้างทั้งหมด ต้องมีจำนวนลูกจ้างร่วมทำประกันชีวิตเป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 75% ของลูกจ้างที่มีสิทธิทำประกันชีวิตทั้งหมด

ลักษณะพื้นฐานของการประกันชีวิต มี 4 แบบ คือ แบบที่ 1 แบบชั่วระยะเวลา (แบบเฉพาะกาล) คือ แบบประกันที่มีลักษณะคล้ายกับการประกันวินาศภัยมากที่สุด คือ มีแต่ความคุ้มครองมรณกรรมแต่ไม่มีการออมทรัพย์ บริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ ก็ต่อเมื่อผู้เอาประกันชีวิตเสียชีวิตภายในกำหนดระยะเวลา (ความคุ้มครองสั้นๆ เช่น 1 ปี, 3 ปี, 5 ปี หรือ 10 ปี) ของสัญญาเท่านั้น หากมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญาจะไม่ได้เงินคืนใดๆ แบบชั่วระยะเวลานี้ให้ประโยชน์ในด้านความคุ้มครองมากที่สุด โดยเสียเบี้ยประกันต่อปีต่ำที่สุดหรือเบี้ยถูกที่สุด(เมื่อเปรียบเทียบกับแบบอื่นๆ) เพราะว่า กรมธรรม์คุ้มครองเฉพาะกรณีผู้เอาประกันเสียชีวิตเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่มีมูลค่ากรมธรรม์หรือไม่มีมูลค่าเงินสด จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองสูงโดยชำระเบี้ยต่ำ เช่นการคุ้มครองหนี้สินชั่วคราว, หนี้จำนองบ้าน แบบที่ 2 แบบตลอดชีพ เป็นการประกันชีวิตที่มีระยะเวลาคุ้มครองตลอดชีวิตของผู้เอาประกัน กล่าวคือ บริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตในระหว่างสัญญามีผลบังคับ หรือมีชีวิตอยู่จนผู้เอาประกันมีอายุครบ 99 หรือ 100 ปี จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองระยะยาว เช่นการสร้างกองทุนมรดก หรือการปลดเปลื้องภาระหนี้สินครั้งสุดท้าย การชำระเบี้ยประกันภัยผู้เอาประกันสามารถเลือกชำระได้ 3 วิธี คือ ชำระเบี้ยประกันเพียงครั้งเดียว ชำระเบี้ยประกันเฉพาะที่กำหนด เช่น 10, 15, 20 ปี หรือชำระเบี้ยจนผู้เอาประกันอายุครบ 60 ปี หรือชำระเบี้ยประกันตลอดชีพ แบบที่ 3 แบบสะสมทรัพย์ เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่รอดจนครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ หากผู้เอาประกันเสียชีวิตในระหว่างสัญญา ดังนั้นจึงให้ทั้ง ความคุ้มครองและการออมทรัพย์ ในขณะเดียวกัน เพราะการประกันแบบนี้มาจากแบบประกันชีวิต 2 แบบรวมกัน คือ แบบชั่วระยะเวลา และแบบสะสมทรัพย์แท้จริง (แบบสะสมทรัพย์แท้จริงคือการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันเมื่อผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญาเท่านั้น) กรมธรรม์แบบนี้หากชำระเบี้ยมา 2, 3 ปี จะมีมูลค่ากรมธรรม์เกิดขึ้น (เช่นมูลค่าเวนคืนเงินสด, มูลค่าใช้จ่ายเงินสำเร็จ หรือมูลค่าขยายเวลา) เมื่อกรมธรรม์มีมูลค่าเวนคืนเงินสดผู้เอาประกันสามารถถอนเงิน โดยเอากรมธรรม์เป็นประกัน และกู้ได้ไม่เกินมูลค่าเงินสด แบบประกันสะสมทรัพย์นี้จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างเป็นกองทุนการศึกษาให้บุตร หรือการเก็บออมเพื่อสร้างกองทุนในอนาคต แบบที่ 4 แบบเงินได้ประจำ (แบบบำนาญ) เป็นการประกันชีวิตที่ผู้เอาประกันต้องการรายได้ไว้ใช้ยามชราภาพ โดย

บริษัทจะจ่ายเงินเอาประกันเป็นรายงวดเท่ากันทุกปี อย่างสม่ำเสมอ ให้แก่ผู้เอาประกันนับตั้งแต่สัญญาครบกำหนด ถ้ายังมีชีวิตอยู่ก็รับต่อไปเรื่อยๆ ทุกปี จะเห็นได้ว่าการประกันชีวิตแบบอื่น ๆ นั้น อาจจ่ายเงินเอาประกันที่เกิดจากการมรณะของผู้เอาประกัน ส่วนแบบเงินได้ประจำจะจ่ายเงินเอาประกันก็ต่อเมื่อผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่ (เบี้ยเลี้ยงชีพ) โดยจะจ่ายไปตลอดจนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต จึงจะหยุดจ่าย

จะเห็นได้ว่า จากข้อมูลข้างต้นการประกันชีวิตนั้นมีหลายรูปแบบหลายชนิด และในปัจจุบันนี้ยังมีหลายบริษัทที่มีการขายประกันชีวิตเข้ามาให้ประชาชนส่วนใหญ่เลือกหรือตัดสินใจ ในการที่จะทำประกันชีวิตทั้งเรื่องของกรมธรรม์ค่าใช้จ่าย เบี้ยประกันที่จะได้รับหรือที่ต้องชำระ ให้กับบริษัท ความคุ้มครองต่างๆ ที่มีมากมายแตกต่างกันไป ตามแต่ละผลิตภัณฑ์ของแต่ละบริษัท ซึ่งในอำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีผู้นับถือเป็นจำนวนมาก ทั้งตากเพศ ต่างวัย ต่างอาชีพ ต่างเชื้อชาติ ต่างศาสนา ความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ความต้องการหรือความสนใจของแต่ละบุคคลนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัย ต้องศึกษา พฤติกรรม ความคิดเห็น เพื่อจะได้ทราบ เหตุผล หรือปัจจัยในการที่แต่ละบุคคล จะตัดสินใจทำประกันกับ บริษัท กรุงเทพประกันภัย เพื่อที่จะได้ระบุกลุ่มเป้าหมาย ระบุอาชีพ หน่วยงาน ที่จะเข้าเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพประกันภัย ให้ถูกต้อง เหมาะสม และได้รับการตอบสนอง หรือการตัดสินใจในการทำประกันกับบริษัท กรุงเทพประกันภัย ของคนทุกกลุ่ม ทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศทุกวัยให้ได้มากขึ้น

บริษัทประกันชีวิต ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับบริษัทประกันชีวิตในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มี 29 บริษัท 29 สาขา ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 21,23,25,27 ถ. จตุอุทิศ 3 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-346670-2 แฟกซ์. 074-346670-1 (ต่อ106)
2. บริษัท ไอโออี กรุงเทพประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 25 ซ.10 ถ.เพชรเกษม อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-345741-7 แฟกซ์ 074-345748
3. บริษัท สินทรัพย์ประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 24/10 ถ.สุวรรณวงศ์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-346670-2 แฟกซ์ 074-346670-1 (ต่อ106)
4. บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 70,72 ถ.โชติวิทย์กุล 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-428746-9 แฟกซ์ 074-428750

5. บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 830 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-220961 แฟกซ์. 074-232576
6. บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาสงขลา (หาดใหญ่) 455/4 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-367528-30 แฟกซ์. 074-367531
7. บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 41,43 ซ.10 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074345301-4 แฟกซ์ 074-345307
8. บริษัท เอรಾವัน ประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 25 ถ.จุดอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-346085-7
9. บริษัท เจนเนอรัลประกันภัย (ไทยแลนด์) จำกัด สาขาหาดใหญ่ 198-198/1 ถ.นิพัทธ์อุทิส 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-355561 แฟกซ์ 074-355562
10. บริษัท อินทรประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 61/11 ถ.ราษฎร์อุทิส ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-253058-9 แฟกซ์.074-253057
11. บริษัท กมลประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 25,27 ถ.โชติวิทย์กุล3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-465229-30 แฟกซ์. 074-465188
12. บริษัท กรุงไทยพานิชประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 17-19 ซ.10 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-345313 แฟกซ์. 074-345314
13. บริษัท กุเนีย ประกันภัย(ประเทศไทย) จำกัด สาขาหาดใหญ่ 33/2 ถ.ราษฎร์ยินดี ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร./แฟกซ์. 074-263337
14. บริษัท แอลเอ็มจี ประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 77,79 ถ.โชติวิทย์กุล3 ต.คองหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-428036-8 แฟกซ์. 074-233375
15. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 592/1 อาคารเมืองไทยประกันชีวิต ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-345134-7 แฟกซ์.074-345709
16. บริษัท นำสินประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 500/5-6 ม.4 ถ.สงขลาราเมศร์ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-261333 แฟกซ์.074-262759
17. บริษัท นวกิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 2/4-5 ถ.ราษฎร์ยินดี ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-230640-1 แฟกซ์.074-220771
18. บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 36/60 ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-234138-9 แฟกซ์. 074-367307

19. บริษัท สยามซีดีประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 28 ซ.15 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่
อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-365376-8 แฟกซ์.074-365382
20. บริษัท อาคเนย์ประกันภัย (2000) จำกัด สาขาหาดใหญ่ 24-26 ถ.ราษฎร์ยินดี ต.
หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-232768 แฟกซ์.074-342618
21. บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 374 ถ.สามชัย ต.
หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-343650-9 แฟกซ์.074-322775
22. บริษัท ส่งเสริมประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 23 ถ.สามชัย ต.หาดใหญ่ อ.
หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-223624
23. บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 27 ถ.จตุอุทิศ 4 ต.
หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-231089 แฟกซ์.074-346154
24. บริษัท ไทยพัฒนา ประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 84/101-102 ศรีถวนารถ
คอนโดมิเนียม ถ.ป.ณัฐพล ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-420339- 40 แฟกซ์.
074-420340
25. บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 1333 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.
หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-423860-4 แฟกซ์.074-258963
26. บริษัท ประกันภัยไทยวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน) สาขาสงขลา 218 ม.4 ถ.นิพัทธ์
สงเคราะห์ 1 ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-427221-2 แฟกซ์.074-4277664
27. บริษัท ธนชาติประกันภัย จำกัด สาขาสงขลา 145,147,149 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 2 ต.
หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-355044 แฟกซ์.074-355045
28. บริษัท ไทยพาณิชย์สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาหาดใหญ่ 596 ถ.สุภสาร
รังสรรค์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-364782-3 แฟกซ์.074-364784
29. บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด สาขาหาดใหญ่ 16 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.
หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร.074-555161-70 แฟกซ์.074-235660

ประวัติความเป็นมาของบริษัท กรุงเทพ – แอวกซ่า

บริษัท กรุงเทพ แอวกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ตั้ง 2034/116-119, 136, 138-143 อาคารอิตัลไทยทาวเวอร์ ชั้น 27, 32-33 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 หมายเลขโทรศัพท์ 02-7234000 โทรสาร 02-7234032-4033 ก่อตั้งเมื่อ วันที่ 12 มิถุนายน 2540 มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 500 ล้านบาท มีทุนจดทะเบียนปัจจุบัน 1,355 ล้านบาท มีผู้

ถือหุ้นหลัก ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) และกลุ่มเอกซ่า เอเชียแปซิฟิก โฮลดิ้ง มีจำนวนพนักงาน 566 คน ตัวแทน 7,260 คน จำนวนกรรมกรรม 788,450 กรรมกรรม จำนวนสาขา 5 แห่ง จำนวนสำนักงานตัวแทน 67 แห่ง

บริษัท กรุงไทย – เอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันชั้นนำของไทย ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2540 ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่าง บมจ.ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำที่มีรัฐบาลไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และกลุ่มเอกซ่า กลุ่มธุรกิจประกันชีวิต สุขภาพและบริหารสินทรัพย์ขนาดใหญ่ซึ่งได้รับการจัดอันดับจากนิตยสารฟอร์จูน โกลบอล 500 ประจำปี 2005 ให้เป็นบริษัทประกันชีวิตและประกันสุขภาพใหญ่เป็นอันดับ 1 ของโลก ส่งผลให้ กรุงไทย เอกซ่า ประกันชีวิตฯ เป็นบริษัทประกันชีวิตที่มีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง และมีความเชี่ยวชาญในด้านการรับประกันชีวิต

จากการเติบโตอย่างยอดเยี่ยมและการบริหารจัดการทางการเงินอย่างแข็งแกร่ง ทำให้บริษัทสามารถชำระหนี้สินที่มีอยู่มากกว่า 1 พันล้านบาท ได้ทั้งหมดในปี 2551 อีกทั้งสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในปี 2552 ด้วย สำหรับยอดขายภายใน 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เป็นสองเท่าและมีมูลค่าธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4 เท่าภายในระยะเวลา 2 ปี

บริษัทฯ ได้ให้บริการลูกค้าผ่านสำนักงานสาขาและสำนักงานตัวแทนที่มีมาตรฐานและเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า เพื่อก้าวไปสู่อีกระดับคุณภาพชีวิตคนไทย กรุงไทย เอกซ่า ดำเนินถึงการดูแลลูกค้าด้วยความใส่ใจ ทั่วใจได้ และพร้อมให้บริการ โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การทำให้บริษัทฯ ก้าวขึ้นเป็นบริษัทอันดับ 1 ในใจของคนไทยภายในปี 2555

พันธกิจ ของบริษัท กรุงไทย เอกซ่า จำกัด (มหาชน) มีปฏิธานในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ และสร้างสายสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับพันธมิตรของเราทุกฝ่าย

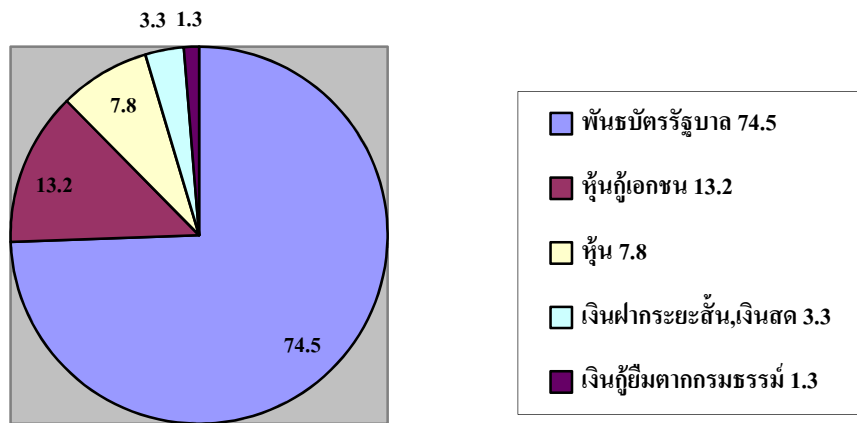
ต่อสังคม (The community) การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การแบ่งปันทักษะ ความรู้ ความชำนาญกับชุมชน รวมถึงการสร้างงานและการสนับสนุนโครงการการกุศล

ต่อผู้ถือหุ้น (Our shareholders) คือ การบรรลุเป้าหมายผลการดำเนินงานเพื่อเป็นที่หนึ่งในธุรกิจซึ่งนำไปสู่การสร้างคุณค่าและการเติบโตที่มั่นคง รวมถึงการเสนอข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องแม่นยำ

ต่อลูกค้า (Our clients) คือ ยึดมั่นกับบริการมาตรฐานสูงสุดระดับมืออาชีพ และมุ่งมั่นให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

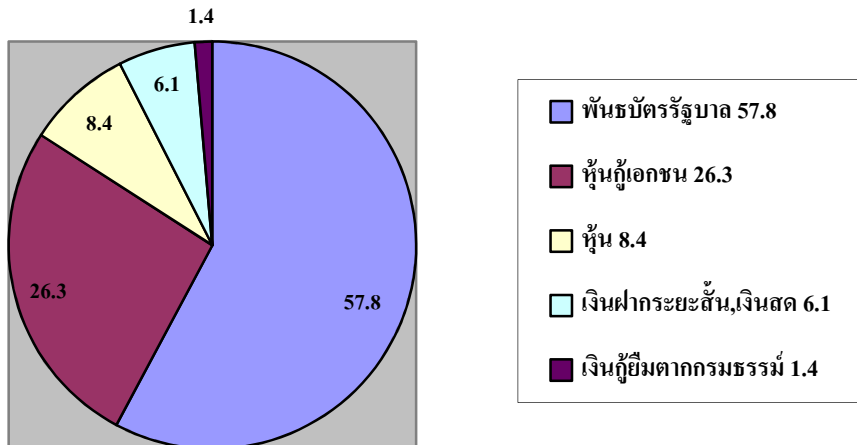
ภาพประกอบ 2 สัดส่วนการลงทุนรวมของบริษัท ปี 2553

สัดส่วนการลงทุนรวมของบริษัท ปี 2553



ภาพประกอบ 3 สัดส่วนการลงทุนรวมของบริษัท ปี 2554

สัดส่วนการลงทุนรวมของบริษัท ปี 2554



ตารางที่ 1 ผลตอบแทนจากการลงทุนก่อนหักภาษีสำหรับปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 6.1

ปี	2550	2551	2552	2553	2554	ผลตอบแทนเฉลี่ย (ต่อปี)
ผลตอบแทนตามราคาตลาด	11.5%	12.9%	(1.5%)	10.5%	6.1%	7.8%

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทบริษัทกรุงไทยแอกซ่า

สมาร์ท โพร 12PL

ลักษณะแบบประกัน เป็นแบบตลอดชีพ มีระยะเวลาคุ้มครองจนผู้เอาประกันมีอายุครบ 85 ปี มีระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน 12 ปี และจะได้รับการคุ้มครองตามจำนวนเงินเอาประกันภัยหรือมูลค่าเวนคืนเงินสดแล้วแต่จำนวนใดสูงกว่า กฎเกณฑ์ในการรับประกันภัยคือ ผู้ขอเอาประกันภัยมีอายุ 1 เดือน – 60 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 100,000 บาท ซึ่งสามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมได้ตามเกณฑ์การรับประกันของสัญญาเพิ่มเติมอื่นๆ และหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาชำระเบี้ยประกันแล้ว สามารถชำระเบี้ยประกันในส่วนของสัญญาเพิ่มเติมต่อไป ตามเงื่อนไขของสัญญาเพิ่มเติมแต่ละตัว ซึ่งสามารถนำเบี้ยประกันภัยหลักของแบบประกันภัยนี้ตามที่จ่ายจริง มาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามเงื่อนไขของกรมสรรพากร จุดขายคือ ได้รับความคุ้มครองที่ยาวนานจนถึงอายุ 85 ปี (ชำระเบี้ยประกันเพียง 12 ปี) เบี้ยประกันภัยต่ำ แต่ได้รับความคุ้มครองที่สูง เงินจ่ายคืนประจำปีตั้งแต่สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 2 มีโอกาสได้มากกว่าที่รับรอง กรณีชำระเบี้ยหลักครบแล้วยังสามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมต่อไปได้อีก เงินจ่ายคืนประจำปีฝากสะสมต่อรับดอกเบี้ยทบต้นสูงถึง 4% กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการความคุ้มครองระยะยาว ผู้ที่ต้องการความคุ้มครองภาระหนี้สิน ผู้ที่มีความต้องการส่วนลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผู้ที่ต้องการสร้างหลักประกันรายได้ให้ครอบครัวระยะยาว และต้องการสวัสดิการจากสัญญาเพิ่มเติมควบคู่ด้วยในระยะยาวนานหลายปี และผู้ที่ต้องการสร้างหลักประกันคุ้มครองความสามารถของตนเอง

สมาร์ท โพรเทคโนโลยี 25PL

ลักษณะแบบประกัน เป็นแบบตลอดชีวิต คุ้มครองจนมีอายุครบ 90 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 25 ปี และจะได้รับความคุ้มครองตามจำนวนเงินที่เอาประกันภัย กฎเกณฑ์ในการรับประกันภัยคือ ผู้เอาประกันภัยมีอายุตั้งแต่ 1 เดือนจนถึง 65 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 150,000 บาท สามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมได้ตามกฎเกณฑ์การรับประกันของสัญญาเพิ่มเติมอื่นๆ และหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาชำระเบี้ย สามารถชำระเบี้ยประกันภัยในส่วนของสัญญาเพิ่มเติมต่อไป ตามเงื่อนไขของสัญญาเพิ่มเติมแต่ละตัว แต่จะไม่สามารถนำเบี้ยประกันภัยหลักไปหักลดหย่อนภาษีได้ จุดขาย คือ จะได้รับความคุ้มครองที่ยาวนาน จนถึงอายุ 90 ปี มีเบี้ยประกันภัยต่ำ แต่ได้รับความคุ้มครองที่สูง และมีเงินจ่ายประจำปีตั้งแต่สิ้นปีกรมธรรม์ปีที่ 2 และเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี จนถึงสิ้นปีกรมธรรม์ที่ 16 ซึ่งกรณีชำระเบี้ยประกันสัญญาหลักครบแล้วยังสามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมต่อไปอีกได้ และมีเงินคืนรายปีสะสมต่อเพื่อรับดอกเบี้ยทบต้นสูง 6% กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คือ ผู้ที่ต้องการความคุ้มครองระยะยาว ผู้ที่ต้องการความคุ้มครองภาระหนี้สิน ผู้ที่ต้องการสร้างหลักประกันคุ้มครองความสามารถของตนเอง และผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน กำลังสร้างชีวิต สร้างธุรกิจ สร้างครอบครัว

อีซี แคช 10EC

ลักษณะแบบประกัน เป็นแบบสะสมทรัพย์ ระยะเวลาคุ้มครอง 10 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 6 ปี และจะได้รับความคุ้มครอง ตามจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือมูลค่าเวนคืนเงินสด หรือเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ประกันภัยหลัก ที่ชำระมาแล้วทั้งหมด แล้วแต่จำนวนใดจะมากกว่า กฎเกณฑ์การรับประกัน มีอายุตั้งแต่ 1 เดือน – 70 ปี จำนวนเงินที่เอาประกันขั้นต่ำ 100,000 บาท สามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมได้ตามกฎเกณฑ์การพิจารณารับประกันของสัญญาเพิ่มเติมนั้น หลังจากสิ้นสุดระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน สามารถชำระเบี้ยประกันภัยในส่วนของสัญญาเพิ่มเติมต่อจนสิ้นสุดระยะเวลาคุ้มครองได้ตามกฎเกณฑ์ของบริษัทฯ จุดขาย คือ อุ่นใจมีเงินใช้ทุกปี ารวมรับผลประโยชน์ขั้นต่ำ 200% พิเศษเงินปันผล และมีหลักประกันชีวิตที่มั่นคง โดยได้รับความคุ้มครองชีวิตตลอดสัญญาตามจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือมูลค่าเวนคืนเงินสด หรือเบี้ยประกันภัยของสัญญาหลักที่ชำระมา และแต่จำนวนใดจะมากกว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการออมระยะสั้น ที่ให้ผลตอบแทนที่ดี ผู้ที่ประสบปัญหาดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารลดลงจนมีความต้องการการออมรูปแบบอื่นที่ได้รับผลตอบแทนที่ดี และมีความต้องการในเรื่องของส่วนลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

สมาร์ท เซฟเวอร์ 20SS

ลักษณะแบบประกัน เป็นแบบสะสมทรัพย์ ระยะเวลาคุ้มครอง 20 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 20 ปี และมีความคุ้มครอง ตามจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือมูลค่าเวนคืนเงินสดและแต่จำนวนใดจะมากกว่า กฎเกณฑ์ในการรับประกัน คือ มีอายุ 1 เดือน – 65 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 100,000 บาท และไม่เกิน 10 ล้านบาท และได้รับความคุ้มครองจากสัญญาเพิ่มเติมคุ้มครองโรคร้ายแรงประเภทจ่ายเงินเอาประกันของกรมธรรม์หลักล่วงหน้า 12 โรคร้ายแรง ฟรี แต่ไม่สามารถนำเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ จุดขายคือ มีเงินคืนที่สามารถใช้เสริมสภาพคล่องระหว่างการออม ให้ผลตอบแทนสูง 320% เป็นการกระจายการลงทุน และยังได้รับความคุ้มครองการเจ็บป่วยจากโรคร้ายแรง 12 โรค ฟรี กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการออมระยะปานกลาง 20 ปี ที่ให้ผลตอบแทนตามระยะเวลาที่แน่นอน และผู้ที่ประสบปัญหาดอกเบี้ยเงิน

ฝากธนาคารลดลงจนมีความต้องการการออมรูปแบบใหม่ที่ได้ผลตอบแทนที่ดีกว่า และผู้ที่มีความต้องการความคุ้มครองการเจ็บป่วยจากโรคร้ายแรง 12 โรค

กรุงเทพฯ – แอกร้า บำนาญสุข SI85

ลักษณะแบบประกัน เป็นแบบ บำนาญ ที่เน้นการรับผลประโยชน์ในลักษณะของรายได้อีกปีหลังเกษียณอายุ และรับผลประโยชน์ทางภาษีที่เพิ่มขึ้นอีก 200,000 บาท ระยะเวลาในการคุ้มครอง ผู้เอาประกันอายุครบ 60 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน จนผู้เอาประกันมีอายุครบ 60 ปี มีความคุ้มครอง ในกรณีเสียชีวิตก่อนรับเงินบำนาญคือ จำนวนเงินที่สูงสุดระหว่างจำนวนเงินเอาประกันภัยหรือมูลค่าเวนคืนเงินสด และในกรณีที่เสียชีวิต ในช่วงที่รับเงิน บำนาญ จะได้รับประกันการจ่ายเงินบำนาญ 15 งวด โดยลูกค้าสามารถเลือกรับผลประโยชน์กรณีเสียชีวิตได้ 2 วิธี คือ เลือกรับเป็นเงินก้อน คือมูลค่าปัจจุบันของเงินบำนาญงวดเหลือที่ยังไม่ครบ 15 งวด หรือ เลือกรับเงินบำนาญเป็นรายงวดให้แก่ผู้รับผลประโยชน์จนครบ 15 งวดตามการรับรองการจ่าย กฎเกณฑ์ในการรับประกัน ผู้เอาประกันมีอายุตั้งแต่ 20 ปี จนถึง 55 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 100,000 บาท และสามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมแนบได้ จุดขายคือ เป็นการเก็บออมเงินบำนาญในวัยเกษียณของตัวเอง ที่สามารถรันทัดจำนวนเงินที่ได้รับในแต่ละครั้งและจำนวนครั้งและจำนวนเงินที่ได้รับได้สบายใจกับเงินออมที่เลือกได้เองตามกำลังรายได้ของเราเองในช่วงวัยทำงานหาเงินถึงช่วงเกษียณอายุที่ครบ 60 ปี และเป็นการเก็บเงินด้วยเงินก้อนเล็ก แต่สามารถรับรองเงินรายได้ในอนาคตสำหรับครอบครัว ควบคุมไปด้วยตลอดสัญญา หากจำเป็นด้านการเงินฉุกเฉินหรือติดขัดด้านการเงิน สามารถหยิบยืมมาใช้หรือหยุดชำระเบี้ยและขอแปรสภาพกรมธรรม์เพื่อรับความคุ้มครองต่อได้ และยังมีเงินเบี้ยประกันที่ออมแต่ละปี สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้จนอายุครบ 60 ปี กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ต้องการเก็บออมเงินเพื่อความพร้อมในการเกษียณอายุของตัวเองในอนาคต กลุ่มลูกค้าที่ต้องการออมเงินที่ปลอดภัยไม่เสี่ยงต่อการขาดทุนและได้รับดอกผลสูงกว่าการฝากเงินในรูปแบบทั่วไป และกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเก็บออมเงินและสามารถซื้อสัญญาเพิ่มเติมเพื่อเป็นสวัสดิการในรูปแบบต่างๆควบคู่ด้วย

โพรเทกชั่น ไลฟ์

ลักษณะแบบประกันเป็นแบบ ชั่วระยะเวลา ระยะเวลาในการคุ้มครอง และระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน คือ 5,10,12,15 ปีตาม que เลือกซื้อ จะได้รับความคุ้มครอง 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย กฎเกณฑ์ในการรับประกัน มีอายุ 20-59 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 300,000 บาท สามารถเลือกซื้อสัญญาเพิ่มเติมได้ตามกฎเกณฑ์การรับประกันของสัญญาเพิ่มเติม

นั้นๆ จุดขาย คือ มีเบี้ยประกันภัยต่ำ แต่ได้รับความคุ้มครองสูง มีระยะเวลาความคุ้มครองให้เลือกตามความต้องการของผู้เอาประกันเอง กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการความคุ้มครองตามระยะเวลาที่ต้องการ ผู้ที่ต้องการเพิ่มความคุ้มครองจากสัญญาหลักอื่นๆ โดยชำระเบี้ยเพิ่มขึ้นไม่สูงนัก และมีความต้องการส่วนลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

สัญญาเพิ่มเติมที่น่าสนใจ

สัญญาเพิ่มผลประโยชน์ยกเว้นเบี้ยประกันภัย สัญญาเพิ่มเติมผลประโยชน์มรณกรรมผู้ชำระเบี้ยประกันภัย สัญญาเพิ่มเติมผลประโยชน์ผู้ชำระเบี้ยประกันภัย สัญญาเพิ่มเติมการประกันภัยอุบัติเหตุ คุ้มครองการเสียชีวิต และสูญเสียอวัยวะ สัญญาเพิ่มเติมการประกันภัยอุบัติเหตุ คุ้มครองการเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะและค่ารักษาพยาบาล สัญญาเพิ่มเติมค่ารักษาพยาบาลพิเศษ สัญญาเพิ่มเติมค่าชดเชยรายวัน สัญญาเพิ่มเติมคุ้มครองโรคร้ายแรง และ สัญญาเพิ่มเติมแบบชั่วระยะเวลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุमितตรา เวียงสงส์. (2548:68-72) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้า บริษัท กรุงไทย แอชซ่า ในเขต นนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 -40 ปี จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ปัจจัยลูกค้าที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 พบว่า เป็นด้านเบี้ยประกัน เนื่องจาก ระบบการชำระเบี้ยประกันมีนโยบายการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือผ่านตัวแทน ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าสินไหมทดแทนที่จ่ายตรงตามเวลา ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงของบริษัท อายุการดำเนินงาน อาคารและสถานที่ตั้ง ระเบียบกฎเกณฑ์ และกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ด้านการให้บริการ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องการจัดพนักงานที่ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ต่อเนื่องด้วยความเต็มใจ

ประไพ คงสมบูรณ์. (2550:74-77) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจการซื้อประกันชีวิตและความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ผ่านธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขา บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ได้เงินเดือนเฉลี่ยไม่เกิน เดือนละ 10,000 บาท ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบ

ประกันชีวิต เบี้ยประกันภัยต่อเดือน เดือนละ 10,000 บาทขึ้นไป ระยะเวลาประกันประมาณ 3-5 ปี และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ส่วนใหญ่เลือกแบบให้ความมั่นคงในอนาคต

ศันสนีย์ รวีวงศ์ โนทัย. (2550:72-79) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอุบลราชธานี พบว่า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์กับ ส่วนที่ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35 -49 ปี แต่งงานแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท สำหรับพฤติกรรมของผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อ 1 กรมธรรม์ แบบสะสมทรัพย์ บริษัทที่เลือกทำส่วนใหญ่เป็นบริษัท เอ ไอ เอ ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อประกันชีวิตเพราะ บริษัทมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ระยะเวลาประกันประมาณ 5 ปี ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่าจะไม่ซื้อประกันเพิ่ม ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อประกันชีวิตกับตัวแทนที่สนิทสนม คู่เนย และส่วนที่ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 34 ปี สถานภาพโสด แต่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนหรือลูกจ้างทั่วไป และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน สำหรับพฤติกรรมของผู้ที่ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า เคยศึกษาเกี่ยวกับการประกันชีวิต ส่วนใหญ่เห็นว่าการประกันชีวิตสำคัญต่อตนเองและคนในครอบครัว เคยได้รับการติดต่อจากตัวแทน และเหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คือ รายได้น้อยไม่พอต่อการทำประกันชีวิต และในอนาคตส่วนใหญ่พบว่าอาจจะซื้อประกันชีวิต ส่วนใหญ่เลือกทำกับบริษัท เอ ไอ เอ เพราะเป็นบริษัทที่มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ และส่วนใหญ่จะเลือกทำประกันชีวิตกับตัวแทนที่รู้จักและสนิทสนม

ชวลิต หาเรือนพีชน์. (2551:63-70) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซิวรันด์ จำกัด สำนักงานตัวแทน คุณสงพงษ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป แต่งงานแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เลือกซื้อประกันชีวิตแบบชำระเบี้ยประกันแบบรายเดือน ทุนประกันชีวิต 100,000 – 200,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ชื่อเสียง ประวัติ และความมั่นคงของบริษัท เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับของลูกค้า ส่วนใหญ่เลือกเพราะแบบประกันมีลักษณะเด่นและเข้าใจได้ง่าย ด้านราคา พบว่า สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันได้หลายวิธี แจกอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ต้องมีทำเลที่ตั้งที่มองเห็นได้ง่าย ความสะดวกและความ

รวดเร็วในการติดต่อตัวแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการแนะนำและการเสนอขายของตัวแทน การจัดกิจกรรมบริการสังคม และการแจ้งข่าวสารต่างๆให้กับผู้ทำประกันชีวิต ด้านการบริการ พบว่า ได้รับบริการจากตัวแทนอย่างสม่ำเสมอ ความรวดเร็วในการเรียกร้องสินไหมทดแทน ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ ด้านผลตอบแทน พบว่า สามารถกู้ยืมได้โดยมีโดยมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน

ชญ์ภัส สุขเกษม. (2555:86-93) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 -45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่งงานแล้ว มีบุตร 1-2 คน อยู่ในกลุ่มอาชีพที่ไม่มีความเสี่ยง รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ประเด็นในการตัดสินใจทำประกันชีวิต พบว่า มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตคนละ 1 ฉบับ บริษัทที่มีกรรมธรรม์คือ บริษัท เอ ไอ เอ เลือกทำประกันชีวิตให้กับตนเอง เหตุผลในการเลือกทำประกันชีวิต คือมีโครงการคุ้มครองชีวิต ปัจจัยด้านการเลือกตราสินค้า พบว่า ความมั่นคงของบริษัทประกันชีวิต ปัจจัยด้านการเลือกตัวแทนจำหน่าย พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตให้บริการที่รวดเร็วและสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านปริมาณในการซื้อ พบว่า ซื้อประกันชีวิตตามความจำเป็นที่แท้จริง ปัจจัยด้านระยะเวลาในการได้รับความคุ้มครอง พบว่า ระยะเวลาในการคุ้มครองตรงตามความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านวิธีการชำระเงิน พบว่า ความสะดวกในการชำระเงินด้วยวิธีชำระเป็นเงินสด

นพินดา หาญจริง. (2549:71-88) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ทำประกันกับ บริษัท ไทยประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ ชำระเบี้ยประกัน 10,000 – 20,000 บาทต่อปี ระยะเวลาในการทำมากกว่า 15 ปี ผู้รับประโยชน์คือ พ่อและแม่ ส่วนใหญ่ซื้อกรรมธรรม์เอง ชำระเบี้ยประกันแบบรายปี สาเหตุที่เลือกทำประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อเป็นหลักประกันแก่ครอบครัว ส่วนใหญ่คิดจะทำประกันชีวิตเพิ่ม เงินปันผลที่ต้องการประมาณ 100,000 -200,000 บาท ภาพลักษณ์ของบริษัทที่ผู้บริโภคเลือกทำประกันมากที่สุด คือ เป็นบริษัทที่มีฐานะมั่นคง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของผู้บริโภค พบว่า อัตราการจ่ายค่าเบี้ยประกันเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของอุปสงค์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการออกแบบประกันที่มีอัตราเบี้ยประกันอย่างเหมาะสม กับความคุ้มครองที่ทำให้ลูกค้า ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน พบว่า ต้องการบริษัทประกันชีวิตที่ใช้การติดต่อกับโรงพยาบาลในการจ่ายสินไหม

ทดแทน โดยที่ลูกค้าไม่ต้องสำรองจ่ายไปก่อน ด้านการให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่การจ่ายค่ารักษาพยาบาลของบริษัทโดยใช้วิธีติดต่อกับโรงพยาบาลเครือข่ายทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านผลตอบแทน พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าการฝากเงินในรูปแบบของการประกันชีวิตเป็นการฝากระยะยาว ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าบริษัทประกันชีวิตต้องดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชัว ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ประเภทการวิจัย
2. แบบแผนการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. วิธีการสร้างเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประเภทการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

แบบแผนการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยอาศัยข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชัว ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่ง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์ห้วงวัยภาคสนาม ได้แก่ ประชาชนทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 20 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 90,649 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั้งหญิงและชาย ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 90,649 คน ซึ่งใช้จำนวนประชากรในช่วงอายุตั้งแต่ 20 – 60 ปี เป็นเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางของ Krejcie & Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยประชากรที่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ 90,649 คน จำนวน 384 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชัว ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น โดยอาศัยแนวคิดตามระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

ชุดแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (แบบตัวเลือก)

ตอนที่ 2 ปัจจัยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม (เป็นมาตราวัด 5 ระดับ แบบ Likert Scale) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)
2. ด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการประกันชีวิต
3. ด้านชื่อเสียงและความเชื่อมั่น
4. ด้านการให้บริการของตัวแทนขาย ขายประกัน
5. ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ (คำถามปลายเปิด)

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่เลือกใช้มาตราวัด 5 ระดับ แบบ Likert Scale ซึ่งได้กำหนดระดับคะแนน ไว้ดังต่อไปนี้

- | | | |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | ตัดสินใจระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ตัดสินใจระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | ตัดสินใจระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ตัดสินใจระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | ตัดสินใจระดับน้อยที่สุด |

วิธีสร้างเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิตเพื่อเป็นแนวทางในการทำเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำความรู้จากข้อที่ 1 มาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิดที่กำหนดไว้ใน การวิจัย โดยแบบสอบถามมี 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งสิ้น 6 คำถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชัว จำกัด (มหาชน) 5 ด้าน 24 ข้อ โดยแบ่งเป็น

ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	4 ข้อ
ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	7 ข้อ
ด้านชื่อเสียงและความเชื่อมั่น	4 ข้อ
ด้านการให้บริการของตัวแทนขาย ขายประกัน	4 ข้อ
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	5 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและข้อผิดพลาด

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach ดังปรากฏรายละเอียดความเชื่อมั่นรายด้านและทั้งฉบับ ดังปรากฏตามตาราง 2

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายด้านและทั้งฉบับเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพ-แอชัว ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

ลำดับที่	ความคิดเห็นในแต่ละด้าน	ค่าความเชื่อมั่น
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	.79
2	ด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการประกันชีวิต	.87
3	ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	.84

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ความคิดเห็นในแต่ละด้าน	ค่าความเชื่อมั่น
4	ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	.96
5	ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	.86
รวม		.82

5. นำแบบทดสอบที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้สอนไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล เป็นต้น เป็นเวลา 1 สัปดาห์
2. ตรวจสอบความถูกต้องและจำนวนของแบบสอบถามให้ได้ครบตามที่ต้องการ
3. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชัวรันซี จำกัด (มหาชน) ทั้ง 5 ด้าน โดยผู้วิจัยใช้สถิติ จากการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และให้ความหมายในการใช้เกณฑ์ ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
3.41 – 4.20 หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมาก
2.61 – 3.40 หมายถึง	ระดับการตัดสินใจปานกลาง
1.81 – 2.60 หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อย
1.00 – 1.80 หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ
เช่า จำกัด (มหาชน) โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน และความมีโรคประจำตัว โดยใช้สถิติ แบบ t-Test และ F-Test

4. เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นความเรียงผสมกับตาราง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้เสนอ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาตามหัวข้อข้างต้น ได้มีการกำหนด สัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีความหมายดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
***	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษานี้ ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขต เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกจากตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน และการมีโรคประจำตัว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ
แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ
ประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการมีโรค
ประจำตัว

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานะภาพส่วนตัวของผู้กรอกแบบสอบถาม
ตาราง 3 ระดับเพศ ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	171	44.50
หญิง	213	55.50
รวม	384	100.00

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.5

ตาราง 4 ระดับอายุ ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 20-30 ปี	132	34.40
อายุ 31-40 ปี	118	30.70
อายุ 41-50 ปี	90	23.40
อายุ 51-60 ปี	44	11.50
รวม	384	100.00

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-30ปี คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40ปี คิดเป็นร้อย
ละ 30.7 และอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.40 ตามลำดับ

ตาราง 5 ระดับวุฒิการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถม-มัธยมศึกษา	86	22.40
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร	88	22.90
ปริญญาตรี	193	50.30
ปริญญาโทและสูงกว่า	17	4.40
รวม	384	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 22.90 และระดับประถม-มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.40 ตามลำดับ

ตาราง 6 ระดับอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	77	20.10
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	21.90
พนักงานบริษัทเอกชน	120	31.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	20.10
อื่นๆ	26	6.60
รวม	384	100.00

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ จะประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.9 และประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.10 ตามลำดับ

ตาราง 7 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	142	37.00
15,001-25,000 บาท	158	41.10
25,001- 35,000 บาท	56	14.60
35,001 บาทขึ้นไป	28	7.30
รวม	384	100.00

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.60 ตามลำดับ

ตาราง 8 ระดับการมีโรคประจำตัว ของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม

การมีโรคประจำตัว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	355	92.40
มี	29	7.60
รวม	384	100.00

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 92.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้าน

n = 384				
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงเทพ-แอชซ่า	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1	ด้านผลิตภัณฑ์(รูปแบบผลิตภัณฑ์)	3.57	0.66	มาก
2	ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต	3.99	0.69	มาก
3	ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.70	0.62	มาก
4	ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	3.75	0.75	มาก
5	ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.34	0.81	ปานกลาง
รวม		3.70	0.48	มาก

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันฯของกลุ่มตัวอย่าง ทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 3.75 3.70 และ 3.57 ส่วนด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับ บริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)

n =384				
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงไทย-แอชซ่าด้านผลิตภัณฑ์(รูปแบบผลิตภัณฑ์)	\bar{X}	SD	ระดับความต้องการ
1	กรมธรรม์แบบชั่วระยะเวลา:คุ้มครองกรณีเสียชีวิตเพียงอย่างเดียวและจ่ายเบี้ยประกันต่อปีต่ำ	3.43	0.92	มาก
2	กรมธรรม์แบบตลอดชีพ:คุ้มครองตลอดชีวิตและมีเงินปันผลระหว่างสัญญา	3.87	0.84	มาก
3	กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์:จ่ายเงินประกันเมื่อครบตามกำหนดสัญญา และไม่มีเงินปันผลระหว่างสัญญา	3.46	0.99	มาก
4	กรมธรรม์แบบบำนาญ:จ่ายเงินประกันเป็นรายงวดเท่าๆกันทุกปีตั้งแต่ปีครบกำหนดสัญญา จนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต	3.51	0.93	มาก
รวม		3.57	0.66	มาก

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ กรมธรรม์แบบตลอดชีพ:คุ้มครองตลอดชีวิตและมีเงินปันผลระหว่างสัญญา กรมธรรม์แบบบำนาญ:จ่ายเงินประกันเป็นรายงวดเท่าๆกันทุกปีตั้งแต่ปีครบกำหนดสัญญา จนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต และ กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์:จ่ายเงินประกันเมื่อครบตามกำหนดสัญญา และไม่มีเงินปันผลระหว่างสัญญา มีค่าเฉลี่ย 3.87 3.51 และ 3.46 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ กรมธรรม์แบบชั่วระยะเวลา:คุ้มครองกรณีเสียชีวิตเพียงอย่างเดียวและจ่ายเบี้ยประกันต่อปีต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.43 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยจากรายด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน

n =384				
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงไทย-แอชซ่า ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	\bar{X}	SD	ระดับ
				ความ
				ต้องการ
1	สามารถบรรเทาความเดือดร้อนของครอบครัว	3.95	0.85	มาก
2	สามารถออมเงินไว้ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษาของบุตรในอนาคต	3.98	0.89	มาก
3	สามารถช่วยเรื่องค่ารักษาพยาบาล	4.14	0.87	มาก
4	สามารถสร้างหลักประกันเมื่อเกิดการทุพพลภาพ	3.99	0.94	มาก
5	เป็นการประกันในหลักคุ้มครองภาระหนี้สิน	3.75	0.90	มาก
6	สามารถใช้เป็นเงินสำรองยามฉุกเฉิน	4.05	0.92	มาก
7	สามารถสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	4.07	0.92	มาก
	รวม	3.99	0.69	มาก

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถช่วยเรื่องค่ารักษาพยาบาล สามารถสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว และสามารถใช้เป็นเงินสำรองฉุกเฉิน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 4.07 และ 4.05 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สามารถเป็นการประกันในหลักคุ้มครองภาระหนี้สิน มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยจากรายด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

n = 384				
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงไทย-แอชซ่าด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	\bar{X}	SD	ระดับความต้องการ
1	บริษัทมีการก่อตั้งขึ้นมาเป็นเวลานาน	3.65	0.71	มาก
2	บริษัทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.69	0.72	มาก
3	บริษัทมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง	3.79	0.78	มาก
4	บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำประกันชีวิต	3.69	0.89	มาก
รวม		3.70	0.69	มาก

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำประกันชีวิต และ บริษัทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 3.69 และ 3.69 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีการก่อตั้งขึ้นมาเป็นเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยจากรายด้านการให้บริการของตัวแทนขายขายประกัน

				n =384
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงไทย-แอชซ่าด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	\bar{X}	SD	ระดับความต้องการ
1	ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.81	0.83	มาก
2	ตัวแทนสามารถให้บริการและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าได้	3.74	0.83	มาก
3	ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ สุจริต เช่น ไม่เสนอขายนอกกรรมธรรม์	3.69	0.89	มาก
4	ตัวแทนสามารถรักษาความลับของลูกค้าได้	3.76	0.84	มาก
รวม		3.75	0.74	มาก

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ตัวแทนสามารถรักษาความลับของลูกค้าได้ และตัวแทนสามารถให้บริการและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 3.76 และ 3.74 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ สุจริต เช่น ไม่เสนอขายนอกกรรมธรรม์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยจากรายด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน

n = 384				
ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงไทย-แอชซ่าด้านวิธีการชำระเงิน	\bar{X}	SD	ระดับ
				ความ ต้องกา ร
1	บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยตนเองที่สาขา	3.43	0.96	มาก
2	บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.58	0.99	มาก
3	บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านตัวแทนประกันชีวิต	3.40	1.01	มาก
4	บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินโดยหักจากยอดเงินฝากบัญชีธนาคาร	3.46	1.03	มาก
5	บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางธนาคาร	2.86	1.12	ป่ า น กลาง
	รวม	3.34	0.81	มาก

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านวิชาการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินโดยหักจากยอดเงินฝากบัญชีธนาคาร และบริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยตนเองที่สาขา โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58 3.46 และ 3.43 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าน้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 2.86 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ
 แอช่า จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 15 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ
 จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	เพศ				t-Value	Sig
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	3.62	0.67	3.52	0.66	1.452	.147
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	4.01	0.71	3.98	0.68	0.365	.716
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.74	0.65	3.67	0.60	1.138	.256
ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	3.79	0.73	3.72	0.76	0.854	.394
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.33	0.78	3.36	0.83	-0.335	.738
รวม	3.72	0.48	3.69	0.48	0.733	0.464

จากตารางที่ 15 พบว่า โดยภาพรวม เพศ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 16 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน)	อายุ								F-Value	Sig
	20-30		31-40		41-50		51-60			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	3.47	0.63	3.60	0.66	3.63	0.73	3.65	0.63	1.629	.182
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	3.91	0.72	4.03	0.63	4.15	0.62	3.86	0.83	2.822*	.039
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.72	0.64	3.69	0.63	3.72	0.58	3.67	0.67	0.083	.965
ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	3.79	0.81	3.72	0.68	3.79	0.77	3.66	0.68	0.484	.693
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.44	0.80	3.29	0.78	3.20	0.87	3.50	0.71	2.437	.064
รวม	3.69	0.51	3.70	0.45	3.73	0.44	3.69	0.53	0.155	.926

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า โดยภาพรวม อายุ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า อายุ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ดังแสดงตาราง 17

ตาราง 17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 อายุ กับ ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ ประกันกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา	\bar{X}	อายุ			
		20-30	31-40	41-50	51-60
ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน					
ช่วงอายุ 20-30 ปี	3.91	-	-.12092	-.23911	.04654
ช่วงอายุ 31-40 ปี	4.03		-	-.11819	.16746
ช่วงอายุ 41-50 ปี	4.15			-	.28564
ช่วงอายุ 51-60 ปี	3.86				-

จากตาราง 17 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่างอายุ และ ด้านผลประโยชน์
 ที่ได้รับจากการทำประกัน ในทุกช่วงอายุ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับ
 บริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความ
 แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 18 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม วุฒิการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน)	วุฒิกการศึกษา								F-Value	Sig
	ประถม- มัธยมศึกษา		อนุปริญญา- ประกาศนียบัตร		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบ กรมธรรม์)	3.62	0.66	3.62	0.62	3.51	0.69	3.73	0.64	1.208	.307
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการ ทำประกัน	4.00	0.76	3.94	0.68	3.99	0.68	4.25	0.46	.946	.418
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.68	0.64	3.64	0.58	3.70	0.63	4.16	0.56	3.408*	.018
ด้านการให้บริการของตัวแทน ขายประกัน	3.62	0.73	3.70	0.67	3.78	0.77	4.41	0.60	5.742***	.001
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.19	0.81	3.39	0.73	3.38	0.85	3.58	0.66	1.715	.163
รวม	3.65	0.54	3.68	0.46	3.71	0.45	4.04	0.36	3.223*	.023

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

*** มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .001

จากตารางที่ 18 พบว่า โดยภาพรวม วุฒิกการศึกษา ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาจากรายด้านพบว่า วุฒิกการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน และด้านวิธีการชำระเงิน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านชื่อเสียงและความมั่นคง และด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ .001 ตามลำดับ ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ดังแสดงตาราง 19,20 และ 21

ตาราง 19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 วุฒិการศึกษากับ ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ ประกันกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	\bar{X}	วุฒิการศึกษา			
		ประถม- มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ประกาศนียบัตร	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง					
ประถม-มัธยมศึกษา	3.68	-	.03244	-.02734	-.48444*
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร	3.64		-	-.05978	-.51688*
ปริญญาตรี	3.70			-	-.45710*
ปริญญาโทและสูงกว่า	4.16				-

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

จากตาราง 19 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่างวุฒิการศึกษากับด้าน
 ชื่อเสียงและความมั่นคง พบว่า วุฒิการศึกษาประถม-มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรและ
 ปริญญาตรี กับวุฒิการศึกษاپริญญาโท และสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ .05

ตาราง 20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 วุฒិการศึกษากับ ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ ประกันกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	\bar{X}	วุฒิการศึกษา			
		ประถม- มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ประกาศนียบัตร	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า
ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน					
ประถม-มัธยมศึกษา	3.62	-	-.08252	-.16206	-.79258*
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร	3.70		-	-.07955	-.71006*
ปริญญาตรี	3.78			-	-.63051*
ปริญญาโทและสูงกว่า	4.41				-

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

จากตาราง 20 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่างวุฒิการศึกษากับด้านการ
 ให้บริการของตัวแทนขายประกัน พบว่า วุฒิการศึกษาระดับประถม-มัธยมศึกษา อนุปริญญา/
 ประกาศนียบัตรและปริญญาตรี กับวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท และสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือก
 ทำประกันกับบริษัทกรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 วุฒิกการศึกษา กับ ภาพรวมของทุกด้าน ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ ประกันกับบริษัท กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	\bar{X}	วุฒิกการศึกษา			
		ประถม- มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ประกาศนียบัตร	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า
ภาพรวมทุกด้าน					
ประถม-มัธยมศึกษา	3.65	-	-0.03401	-0.05736	-0.38754*
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร	3.68		-	-0.02335	-0.35353*
ปริญญาตรี	3.71			-	-0.33018
ปริญญาโทและสูงกว่า	4.04				-

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

จากตาราง 21 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่างวุฒิกการศึกษา และ ภาพรวม
 ของทุกด้าน ในช่วง ระดับการศึกษา พบว่า วุฒิกการศึกษา ประถม-มัธยมศึกษา และอนุปริญญา/
 ประกาศนียบัตร กับวุฒิกศึกษาปริญญาโทและสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิต
 กับบริษัทกรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
 ระดับ .05

ตาราง 22 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน)	อาชีพ										F-Value	Sig
	ค้าขาย-รับจ้าง ทั่วไป		รับราชการ- พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		อื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบ กรมธรรม์)	3.42	0.64	3.73	0.62	3.52	0.69	3.61	0.68	3.54	0.67	2.400	.050
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการ ทำประกัน	3.88	0.80	4.20	0.56	3.92	0.70	3.98	0.62	4.04	0.79	2.807*	.026
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.65	0.67	3.76	0.55	3.68	0.63	3.76	0.66	5.62	0.59	.579	.678
ด้านการให้บริการของตัวแทน ขายประกัน	3.67	0.75	3.84	0.66	3.76	0.76	3.68	0.80	3.90	0.77	.971	.423
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.14	0.79	3.35	0.76	3.44	0.83	3.41	0.82	3.31	0.73	1.750	.137
รวม	3.58	0.51	3.82	0.36	3.69	0.48	3.71	0.53	3.71	0.48	2.607*	.035

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า โดยภาพรวม อาชีพ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วน ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ดังตาราง 23 และ 24 ตามลำดับ

ตาราง 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 อาชีพ กับ ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ เลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาล นครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	\bar{X}	อาชีพ				
		ค้าขาย/รับจ้าง ทั่วไป	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำ ประกัน						
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	3.88	-	-31756	-.03593	-.10019	-.16084
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.20		-	.28163	.21738	.15672
พนักงานบริษัทเอกชน	3.92			-	-.06425	-.12491
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.98				-	-.06065
อื่นๆ	4.04					-

จากตาราง 23 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่าง อาชีพ และ ด้านประโยชน์ที่
 ได้รับจากการทำประกัน ในทุกอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกัน
 อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 24 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 อาชีพ กับ ภาพรวมของทุกด้าน ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ เลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาล นครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	\bar{X}	อาชีพ				
		ค้าขาย/รับจ้าง ทั่วไป	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ภาพรวมของทุกด้าน						
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	3.58	-	-.24132*	-.11411	-.13582	-.13468
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.82		-	.12720	.10549	.10664
พนักงานบริษัทเอกชน	3.69			-	-.02171	-.02056
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.71				-	.00114
อื่นๆ	3.71					-

จากตาราง 24 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระหว่าง อาชีพ และ ภาพรวมของทุก
 ด้านพบว่า อาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป กับ อาชีพราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใน
 การเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน)	รายได้								F-Value	Sig
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000- 25,000 บาท		25,001- 35,000 บาท		สูงกว่า 35,000 บาท				
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	3.45	0.69	3.57	0.62	3.80	0.68	3.64	0.63	3.976**	.008
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	3.91	0.76	4.01	0.64	4.13	0.64	4.04	0.71	1.449	.228
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.64	0.65	3.72	0.59	3.71	0.60	3.92	0.71	1.648	.178
ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	3.74	0.82	3.71	0.69	3.76	0.67	4.04	0.78	1.590	.191
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.31	0.86	3.35	0.76	3.25	0.84	3.59	0.76	.987	.399
รวม	3.64	0.55	3.71	0.41	3.72	0.45	3.86	0.49	2.314	.076

** มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .01

จากตารางที่ 25 พบว่า โดยภาพรวม รายได้ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาจากรายด้าน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ดังแสดงตาราง 26

ตาราง 26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท
 กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง
 รายได้ กับ ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้วยวิธีของ Scheffe

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำ ประกันกับบริษัท กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา	\bar{X}	รายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	สูงกว่า 35,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)					
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.45	-	-.12238	-.35111*	-.19039
15,000 – 25,000 บาท	3.57		-	-.22873	-.06802
25,001 – 35,000 บาท	3.80			-	.16071
สูงกว่า 35,000 บาท	3.64				-

* มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05

จากตาราง 26 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้ และ ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วน ในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และ สูงกว่า 35,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพฯ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 27 เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประวัติการมีโรคประจำตัว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน)	โรคประจำตัว				t-Value	Sig
	ไม่มี		มี			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์)	3.56	0.66	3.60	0.68	1.452	0.147
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน	4.00	0.69	3.95	0.73	0.365	0.716
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	3.70	0.61	3.70	0.72	1.138	0.256
ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน	3.75	0.74	3.83	0.77	0.854	0.394
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน	3.33	0.81	3.50	0.83	-0.335	0.738
รวม	3.70	0.47	3.75	0.59	0.733	0.464

จากตาราง 27 พบว่า โดยภาพรวม การมีโรคประจำตัว ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาจากรายด้าน พบว่า การมีโรคประจำตัวที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

บทที่ 5

การสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามพื้นฐานของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการมีโรคประจำตัว มีประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90,649 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan ซึ่งใช้แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล เป็นชนิดประเมินค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .82 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มี เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประวัติการมีโรคประจำตัว โดยใช้สถิติ t-test และ F-test เมื่อมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจึงเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ตารางของ Scheffe

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.5 มีอายุ

ระหว่าง 20-30ปี คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 และอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.40 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา มีระดับการศึกษาระดับ อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 22.90 และระดับประถมศึกษา-มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.40 จะประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.9 และประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.10 มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.60 และ ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 92.4 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันฯของกลุ่มตัวอย่าง ทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 3.75 3.70 และ 3.57 ส่วนด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับ บริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ กรมธรรม์แบบตลอดชีพ:คุ้มครองตลอดชีวิตและมีเงินปันผลระหว่างสัญญา กรมธรรม์แบบบำนาญ:จ่ายเงินประกันเป็นรายงวดเท่าๆกันทุกปีตั้งแต่ปีครบกำหนดสัญญา จนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต และ กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์:จ่ายเงินประกันเมื่อครบตามกำหนดสัญญา และไม่มีเงินปันผลระหว่างสัญญา มีค่าเฉลี่ย 3.87 3.51 และ 3.46 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ กรมธรรม์แบบชั่วระยะเวลา:คุ้มครองกรณีเสียชีวิตเพียงอย่างเดียวและจ่ายเบี้ยประกันต่อปีต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.43 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันอยู่ในระดับมากมี

ค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถช่วยเรื่องค่ารักษาพยาบาล สามารถสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว และสามารถใช้เป็นเงินสำรองฉุกเฉิน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 4.07 และ 4.05 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ สามารถเป็นการประกันในหลักคุ้มครองภาระหนี้สิน มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำประกันชีวิต และ บริษัทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 3.69 และ 3.69 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีการก่อตั้งมาขึ้นมาเป็นเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ตัวแทนสามารถรักษาความลับของลูกค้าได้ และตัวแทนสามารถให้บริการและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 3.76 และ 3.74 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ สุจริต เช่น ไม่เสนอขายนอกกรมธรรม์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านวิชาการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินโดยหักจากยอดเงินฝากบัญชีธนาคาร และบริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยตนเองที่สาขา โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58 3.46 และ 3.43 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย

น้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 2.86 มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า

3.1 เพศ พบว่า โดยภาพรวม เพศ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.2 อายุ พบว่า โดยภาพรวม อายุ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า อายุ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเงินประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe และ พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุ และ ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ในทุกช่วงอายุ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.3 วุฒิการศึกษา พบว่า โดยภาพรวม วุฒิการศึกษา ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน และด้านวิธีการชำระเงิน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านชื่อเสียงและความมั่นคง และด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ .001 ตามลำดับ ดังนั้น

จึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างวุฒิการศึกษา และด้านชื่อเสียงและความมั่นคง พบว่า วุฒิการศึกษาประถม-มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรและปริญญาตรี กับวุฒิการศึกษาปริญญาโท และสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัทกรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างวุฒิการศึกษา และด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน พบว่า วุฒิการศึกษาประถม-มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรและปริญญาตรี กับวุฒิการศึกษาปริญญาโท และสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัทกรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างวุฒิการศึกษา และ ภาพรวมของทุกด้าน ในช่วง ระดับการศึกษา พบว่า วุฒิการศึกษา ประถม-มัธยมศึกษา และ อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร กับวุฒิการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่า มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

3.4 อาชีพ พบว่า โดยภาพรวม อาชีพ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วน ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง อาชีพ และ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ในทุกอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง อาชีพ และ ภาพรวมของทุกด้านพบว่า อาชีพ ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป กับ อาชีพราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวม รายได้ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ดังนั้นจึงนำไปเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe และ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้ และ ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 15,000 และสูงกว่า 35,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.6 โรคประจำตัว พบว่า โดยภาพรวม การมีโรคประจำตัว ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า การมีโรคประจำตัวที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบผลิตภัณฑ์) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการมีโรคประจำตัว สามารถอภิปรายผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

1. ผลการศึกษาในระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะ การตัดสินใจทำประกันของผู้ทำประกันในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่องของผลประโยชน์ที่จะได้รับหลังจากที่ทำประกันไปแล้วเนื่องจาก เหตุผลที่ทำประกันก็ เพราะต้องการที่จะได้ตอบแทนหรือการคุ้มครองตามที่ผู้ทำประกันต้องการ ดังนั้นการศึกษาคุณ รายละเอียดของผลประโยชน์หรือรายละเอียดการคุ้มครองของประกันแต่ละกรมธรรม์ จะ ตอบสนองความต้องการของผู้ทำได้มากน้อยเท่าใด หากกรมธรรม์ตัวไหนที่ตรงกับความต้องการ หรือตอบสนองความต้องการของผู้ทำประกัน ได้ดีก็จะสามารถขายได้ง่ายและมีคนสนใจมาก ส่วน ลำดับที่ 2 ที่มีการให้ความสนใจในการจะทำประกันแต่ละครั้งก็คือ การให้บริการของตัวแทนขาย ประกัน ทั้งก่อนหน้าที่จะตัดสินใจทำประกันหรือ หลังจากตัดสินใจทำประกันไปแล้ว เนื่องจาก ผู้ทำประกันคือผู้รับบริการ ส่วนตัวแทนคือผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการควรเตรียมพร้อมที่จะ บริการผู้รับที่จะมาใช้บริการอยู่ตลอดเวลา เพราะคนที่จะทำให้ชื่อเสียงของบริษัท ดีหรือไม่ดี ก็คือ การให้บริการของตัวแทนหากมีการบริการที่ดี ก็จะมีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการอยู่เสมอ ส่วนลำดับ ที่ 3 ที่มีการให้ความสนใจในการที่จะเลือกทำประกันนั้นคือ ชื่อเสียงหรือความมั่นคงของบริษัท ยิ่ง บริษัทมีความพร้อมหรือมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาเป็นเวลานาน ชื่อดีคนดู ผู้ใช้บริการคุ้นเคยในชื่อของผู้ ให้บริการ ผู้ใช้บริการก็จะมีความเชื่อมั่นและมีความไว้วางใจในการที่จะฝากอนาคตหรือความหวัง ไว้กับบริษัทหรือชื่อกิจการที่มีชื่อเสียงมากกว่าที่จะใช้บริการของกิจการหรือบริษัทที่ไม่รู้จัก ไม่ คุ้นเคยหรือไม่เคยได้ใช้บริการ ส่วนในเรื่องอื่นๆก็มีความสำคัญที่จะใช้ปัจจัยในการตัดสินใจ จึงทำ ให้มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2543:64) พบว่าเหตุผลที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตเพราะมีความพึงพอใจในตัวแทนขาย ของบริษัท โคนส่วนใหญ่ตัวแทนขายจะรู้จักกับผู้เอาประกันมาก่อนระยะเวลาเฉลี่ยที่รู้จักกันคือ 8 ปี ในฐานะเป็นพี่เป็นน้อง เป็นเพื่อน เป็นคนรู้จัก โดยภาพรวมผลการวิจัยของผู้ตัดสินใจเลือกทำ ประกันชีวิต ความคิดเห็นของผู้เอาประกันจะให้ความสำคัญในด้านความมั่นคงของบริษัท และเคย ใช้บริการของบริษัท มาอยู่ก่อนแล้ว โดยปัจจุบันใช้กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์และในอนาคตคาด ว่าจะซื้อกรมธรรม์แบบตลอดชีพ โดยการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์จะพิจารณาความมั่นคงของตนเอง และครอบครัวเป็นหลัก ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทน ผู้เอาประกันจะให้ความสำคัญในเรื่องของการมี น้ำใจและความสุภาพของตัวแทน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรรมธรรม์) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน และด้านวิธีการชำระเงิน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรรมธรรม์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีความพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ กรรมธรรม์แบบตลอดชีพ:คุ้มครองตลอดชีวิตและมีเงินปันผลระหว่างสัญญา กรรมธรรม์แบบบำนาญ:จ่ายเงินประกันเป็นรายงวดเท่าๆกันทุกปีตั้งแต่ปีครบกำหนดสัญญา จนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต และ กรรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์:จ่ายเงินประกันเมื่อครบตามกำหนดสัญญา และไม่มีเงินปันผลระหว่างสัญญา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีความพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ กรรมธรรม์แบบชั่วระยะเวลา:คุ้มครองกรณีเสียชีวิตเพียงอย่างเดียวและจ่ายเบี้ยประกันต่อปีต่ำ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถช่วยเรื่องค่ารักษาพยาบาล สามารถสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว และสามารถใช้เป็นเงินสำรองฉุกเฉิน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ สามารถเป็นการประกันในหลักคุ้มครองภาระหนี้สิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำประกันชีวิต และ บริษัทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีการก่อตั้งมาขึ้นมาเป็นเวลานาน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงเทพ แอชซ่า จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ตัวแทนสามารถรักษาความลับ

ของลูกค้าได้ และตัวแทนสามารถให้บริการและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าได้ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ สุจริต เช่น ไม่เสนอขายนอกกรรมธรรม์ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินโดยหักจากยอดเงินฝากบัญชีธนาคาร และบริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยตนเองที่สาขา โดยมีค่าเฉลี่ย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางธนาคาร มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า

2.1 เพศ และ ประวัติการมีโรคประจำตัว พบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ การมีโรคประจำตัว ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า การมีโรคประจำตัวที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพมาศ เกียรติศิลป์ (2546:61) พบว่า ผู้ที่ถือกรรมธรรม์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า อายุ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท กรุงไทย แอกซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา จากรายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันกับบริษัท

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา สำนักงานตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัดมหาชน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (กรมธรรม์ประกันชีวิต)ควรให้ความสำคัญในด้านความหลากหลายของประเภทการประกันภัย สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการประกันภัย ความสะดวกในการทำประกันภัย

1.2 ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการประกันชีวิต บริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญในด้านมีมาตรฐานการกำหนด อัตราค่าเบี้ยประกันภัย และอัตราดอกเบี้ยของการผ่อนชำระเป็นรายงวดเหมาะสมการกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย กรมการประกันภัยกำหนดให้ใช้เป็นแบบคงที่ และควรให้ความสำคัญในด้านความรวดเร็วในการจ่ายสินไหมทดแทนกรณีประสบภัยตามที่ทำประกัน

1.3 ด้านชื่อเสียงและความมั่นคงชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการ ต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของกรมธรรม์นั้น ๆ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

1.4 ด้านการให้บริการของตัวแทนขาย ขายประกัน บริษัทประกันภัยควรให้บริการที่ดีเหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายอื่นนอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยควรเพิ่มความสะดวก โดยมีการบริการทางการเงินให้ลูกค้า โดยการรับชำระค่าเบี้ยประกันด้วยบัตรเครดิต หรือการแบ่งชำระค่าเบี้ยประกันเป็นงวด ๆ อย่างไม่ก็ตามควรมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

1.5 ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันควรเพิ่มวิธีชำระเบี้ยประกันให้ได้หลายวิธี การแจ้งอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจนมากขึ้น และอัตราเบี้ยประกันควรมีความเหมาะสมกับแบบประกัน เพราะปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรจะศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของประเภทการประกันภัยให้มีหลายประเภท เพื่อให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรจะศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของตัวแทน ที่อยู่ในอาชีพไม่ได้แน่นอน

บรรณานุกรม

- ชวลิต หาเรือนพีชน์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันด์ จำกัด สำนักงานตัวแทน คุณสงพงษ์ . วิทยานิพนธ์. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีอยุธยา
- ทิพมาศ เกียรติศิลป์. (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์ันด์ จำกัด ของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัด กำแพงเพชร วิทยานิพนธ์. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ธัญญ์รภัส สุขเกษม. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคใน จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์. สระบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีอยุธยา
- นพินดา หาญจริง. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัย ทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- บริษัท กรุงเทพ แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด. (2554) *ความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ: บริษัท กรุงเทพ แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด
- ประไพ คงสมบูรณ์. (2550). ปัจจัยในการตัดสินใจการซื้อประกันชีวิตและความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ผ่านธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขา บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีอยุธยา
- เพ็ญศรี วรรณสุข. (2547) ปัจจัยในการตัดสินใจการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิตในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2543) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บรรณานุกรม (ต่อ)

คันสนีย์ รวีวงศ์ โนทัย. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์. จังหวัดอุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

สุमितตรา เวียงสงค์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้า บริษัท กรุงเทพ แอช่า ในเขต นนทบุรี. วิทยานิพนธ์. นนทบุรี: วิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543). *แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ* (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.gotoknow.org/posts/284784>. (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธ.ค. 55)

Schiffman, Kanuk. (1994) Decision Making Theory. Available: : <http://www.gotoknow.org/posts/254634>. (Access Date: December 12 2012)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับ บริษัทกรุงไทย-แอกซ่า
ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัณฑิตวิทยาลัย สาขาการจัดการ ภาครัฐภาคเอกชน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จึงใคร่ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามฉบับนี้ใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น
ขอขอบคุณในความร่วมมือน้อย่างยิ่ง

นายอุสมาน สะปีบุรราห์มาน ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านหน้าข้อความต่อไปนี้

1. เพศ

1. () ชาย
2. () หญิง

2. อายุ

1. () 20 – 30 ปี
2. () 31 – 40 ปี
3. () 41 – 50 ปี
4. () 51 – 60 ปี

3. วุฒิการศึกษา

1. () ประถม – มัธยมศึกษา
2. () อนุปริญญา / ประกาศนียบัตร
3. () ปริญญาตรี
4. () ปริญญาโทและสูงกว่า

4. อาชีพ

1. () ค้าขาย / รับจ้างทั่วไป
2. () รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. () พนักงานบริษัทเอกชน
4. () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5. () อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. () 15,000 – 25,000 บาท
3. () 25,001 – 35,000 บาท
4. () สูงกว่า 35,001 บาท

6. ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่

1. () ไม่มี
2. () มีโรค

ตอนที่ 2 ปัจจัยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพึงพอใจมากที่สุด

การทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงเทพ แอชัว	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์(รูปแบบกรมธรรม์)					
- กรมธรรม์แบบชั่วระยะเวลา: คุ้มครองกรณีเสียชีวิตเพียงอย่างเดียวและจ่าย เบี้ยประกันต่อปีต่ำ					
- กรมธรรม์แบบตลอดชีพ: คุ้มครอง ตลอดชีวิต และมีเงินปันผลระหว่างสัญญา					

การทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงไทย แอชซ่า	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
- ธรรมเนียมแบบสะสมทรัพย์: จ่ายเงินประกันเมื่อครบตามกำหนดสัญญา และไม่มีเงินปันผลระหว่างสัญญา					
- ธรรมเนียมแบบบำนาญ: จ่ายเงินประกันเป็นรายงวดเท่าๆกันทุกปีตั้งแต่ปีครบกำหนดสัญญา จนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต					
ผลประโยชน์ที่ได้จากการประกันชีวิต					
- สามารถบรรเทาความเดือดร้อนของครอบครัว					
- สามารถออมเงินไว้ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษาของบุตรในอนาคต					
- สามารถช่วยเรื่องค่ารักษาพยาบาล					
- สามารถสร้างหลักประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุ					
- เป็นหลักประกันในการคุ้มครองภาระหนี้สิน					
- สามารถใช้เป็นเงินสำรองยามฉุกเฉิน					
- สามารถสร้างหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว					
ชื่อเสียงและความมั่นคง					
- บริษัทมีการก่อตั้งขึ้นมาเป็นเวลานาน					
- บริษัทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ					
- บริษัทมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง					

การทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงไทย แอช่า	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
- บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำประกันชีวิต					
การให้บริการของตัวแทนขายประกัน					
- ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า					
- ตัวแทนสามารถให้บริการและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าได้					
- ตัวแทนมีความซื่อสัตย์ สุจริต เช่น ไม่เสนอขายนอกกรมธรรม์					
- ตัวแทนสามารถรักษาความลับของลูกค้าได้					
วิธีการชำระเบี้ยประกัน					
- บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยตนเองที่สาขา					
- บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส					
- บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านตัวแทนประกันชีวิต					
- บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระเงินโดยหักจากยอดบัญชีเงินฝากธนาคาร					
- บริษัทมีระบบให้ลูกค้าสามารถชำระผ่านทางธนาณัติ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพ-แอกซ่า

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ (Reliability)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
G1	2.90	1.213	30
G2	3.53	1.042	30
G3	3.07	1.202	30
G4	2.80	1.243	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
H1	4.40	.724	30
H2	4.33	.758	30
H3	4.50	.682	30
H4	4.17	.699	30
H5	3.77	.898	30
H6	4.10	.960	30
H7	4.20	.887	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
I1	4.13	.681	30
I2	3.93	.691	30
I3	4.17	.791	30
I4	4.23	.817	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
J1	4.40	.894	30
J2	4.37	.890	30
J3	4.27	.868	30
J4	4.37	.850	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
K1	2.83	1.416	30
K2	2.93	1.437	30
K3	2.70	1.418	30
K4	2.80	1.297	30
K5	2.17	1.206	30

ภาคผนวก ค
คำสั่งแต่งตั้ง

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายอุสมาน สะบีบุรเราะห์มาน
วันเดือนปีเกิด	7 เมษายน 2530
สถานที่เกิด	ยะลา ประเทศไทย
การศึกษา	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ปริญญาตรีรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, 2552 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ปริญญาโทรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ภาครัฐภาคเอกชน, 2556
สถานที่ทำงาน	บริษัท กรุงไทย แอวกาศ จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่งปัจจุบัน	ที่ปรึกษาทางการเงิน ของบริษัท กรุงไทย แอวกาศ จำกัด (มหาชน)