

Slam

อุปสงค์ของการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงาน  
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

นางสาววิมาลย์ ยাত্রี

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาราช

พ.ศ. 2552

**Demand for Life Insurance of Employee of Siam City Bank  
Public Company Limited in Nonthaburi Province.**

**Miss Wiman Yatee**

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Economics**

**School of Economics**

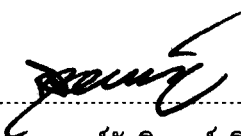
**Sukhothai Thammathirat Open University**

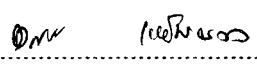
**2009**

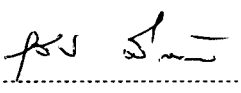
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	อุปสงค์ของการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงาน ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี
ชื่อและนามสกุล	นางสาววิมลย์ ยาศรี
แขนงวิชา	เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์รัฐวิษณุ ใจสวัสดิ์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2553

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์รัฐวิษณุ ใจสวัสดิ์)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อรรณย์คณา เข้มนวล)

  
.....  
(รองศาสตราจารย์สุนีย์ ศิลพิพัฒน์)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ อุปสงค์ของการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงาน  
 ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี  
 ผู้ศึกษา นางสาววิมาลย์ ยาตรี รหัสนักศึกษา 2516000565 ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์รัฐวิษณุ ภู่วิสวดี ปีการศึกษา 2552

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี 2) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี  
 วิธีการดำเนินการวิจัยโดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นและสุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นแบบบังเอิญ ได้กลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ รายได้ซึ่งมีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน และภาระหนี้สินซึ่งมีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตในทิศทางตรงกันข้าม  
 2) กลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี มากกว่า ร้อยละ 80 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกด้าน ได้แก่ปัจจัยต่างๆ ทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ กรรมธรรม์ประกันชีวิต

## กิตติกรรมประกาศ

การทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและความเอาใจใส่เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์รัฐวิษณุ ญิวสวัสดิ์ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำติดตามตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องและติดตามการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมานับตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณพนักงานธนาคารนครหลวงไทยทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาและให้ ความร่วมมือในตอบแบบสอบถามแก่ผู้วิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ หากก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจ ผู้วิจัยขอขอบคุณงาม ความดีนี้ให้แก่คุณพ่อ คุณแม่ ครู อาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยนี้สำเร็จ เรียบร้อยด้วยดีและหากมีข้อผิดพลาดประการใดจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียง ผู้เดียว

วิมาลย์ ยาศรี

สิงหาคม 2553

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ซ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
สมมติฐานการวิจัย .....	6
ขอบเขตการวิจัย .....	8
ข้อตกลงเบื้องต้น .....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	10
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	11
ลักษณะทั่วไปทางทฤษฎี .....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	25
แหล่งที่มาของข้อมูล .....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	28
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	34
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	43
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต .....	50

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	56
สรุปการวิจัย .....	56
อภิปรายผล .....	58
ข้อเสนอแนะ .....	61
บรรณานุกรม .....	62
ภาคผนวก .....	65
ก การวิเคราะห์ ปัญหา Multicollinearity .....	66
ข แบบสอบถาม .....	70
ประวัติผู้ศึกษา .....	75

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	การรับประกันชีวิตของจังหวัดนนทบุรีรวมทุกประเภท ..... 3
ตารางที่ 1.2	สมมติฐานการวิจัย ..... 7
ตารางที่ 3.1	ตัวแปร สัญลักษณ์ คำจำกัดความ หน่วยการวัด ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ..... 30
ตารางที่ 4.1	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ ..... 34
ตารางที่ 4.2	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ ..... 35
ตารางที่ 4.3	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ ..... 35
ตารางที่ 4.4	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 36
ตารางที่ 4.5	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง ..... 36
ตารางที่ 4.6	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ ..... 37
ตารางที่ 4.7	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามภาระหนี้สิน ..... 38
ตารางที่ 4.8	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินออม ..... 38
ตารางที่ 4.9	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการออมเงิน ..... 39
ตารางที่ 4.10	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการได้รับคำแนะนำและชักชวน ในการทำประกันชีวิต ..... 39
ตารางที่ 4.11	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ซื้อเป็นของตนเอง ..... 40
ตารางที่ 4.12	รูปแบบกรมธรรม์ที่ซื้อเป็นของตนเอง ..... 40
ตารางที่ 4.13	วงเงินเอาประกันกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของตนเอง ..... 41
ตารางที่ 4.14	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว ..... 42
ตารางที่ 4.15	รูปแบบกรมธรรม์ที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว ..... 42
ตารางที่ 4.16	วงเงินเอาประกันกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของครอบครัว ..... 43
ตารางที่ 4.17	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ ถือกรมธรรม์ประกันชีวิต ..... 44



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ .....	51
ตารางที่ 4.19 ระดับความคิดเห็นและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา .....	52
ตารางที่ 4.20 ระดับความคิดเห็นและค่าเฉลี่ยของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย .....	53
ตารางที่ 4.21 ระดับความคิดเห็นและค่าเฉลี่ยของปัจจัยการส่งเสริมการตลาด .....	54

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1	การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ ..... 12
ภาพที่ 2.2	การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ ..... 14
ภาพที่ 2.3	แผนภาพแสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค ..... 15
ภาพที่ 2.4	แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ..... 17

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความไม่แน่นอนของชีวิตเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น โรคภัยไข้เจ็บ อุบัติเหตุจนถึงขั้นเสียชีวิตและพิการได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันมนุษย์เราต้องเผชิญความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ เมื่อความไม่แน่นอนในชีวิตสามารถเกิดขึ้นได้ หากเราไม่มีการเตรียมพร้อมที่จะรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นย่อมจะประสบกับปัญหาอื่น ๆ ที่จะตามมา เช่น การเสียชีวิตหรือพิการของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งกำลังสร้างฐานะอาจจะมีภาระเลี้ยงดูบุตร ผ่อนชำระค่าบ้านหรือรถยนต์ ย่อมจะส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น ๆ ในครอบครัวที่ต้องแบกรับภาระทั้งหมดต่อไป

ดังนั้น การทำประกันชีวิตจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อน เพื่อนำเงินก้อนหนึ่งมาชดเชยการสูญเสียรายได้เมื่อมีผู้ถึงแก่กรรม ความเจ็บป่วย หรือประสบอุบัติเหตุ จนกลายเป็นบุคคลทุพพลภาพ นอกจากนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันชีวิต ดังต่อไปนี้

1. ด้านการลงทุน การทำประกันชีวิตก็เปรียบเสมือนเป็นการลงทุนซื้อหลักทรัพย์ชนิดหนึ่งเช่นกันเนื่องจากผู้ทำประกันจะได้รับดอกผลเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงิน เพียงแต่มีวิธีการเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การประกันชีวิตแม้ได้ผลตอบแทนต่ำกว่าการลงทุนบางประเภท แต่ก็นับว่าเป็นรายได้ที่แน่นอนและเชื่อมั่นได้ว่าต้นทุนไม่สูญหายไปด้วย

2. ด้านการออม การทำประกันชีวิตมีลักษณะคล้ายกับเป็นการออมแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันจะต้องมีหน้าที่ในการจ่ายเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ และหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิตเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์กำหนดไว้ก็จะได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย นับได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้ยามชราก็ได้หรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างค่านิยมให้คนรู้จักประหยัด และมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวอีกด้วย

3. ด้านการให้ความคุ้มครอง การทำประกันชีวิตจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องการเงิน รวมทั้งเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของครอบครัว อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในครอบครัวนั้น

4. ด้านความมั่นคง การประกันชีวิตสามารถช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้แก่ผู้เอาประกันได้ อาทิ ในกรณีการทำประกันการเจ็บป่วยหรือการประกันอุบัติเหตุผู้เอาประกันก็สามารถมีรายได้ในยามเจ็บป่วยหรือมีรายได้สำหรับเลี้ยงดูตนเองในกรณีทุพพลภาพโดยถาวรได้ในกรณีการทำประกันชีวิตเพื่อเลี้ยงชีพยามชรา ผู้เอาประกันก็สามารถมีรายได้เพื่อเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีวิตเช่นกัน

5. ด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เนื่องจากรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ที่ทำประกันชีวิตก็สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตของบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยไปใช้เป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 100,000 บาท ทั้งนี้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น

6. ด้านอื่นๆ การทำประกันชีวิตเปรียบเสมือนการเตรียมเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไปก็จะมีมูลค่าเงินสด หากผู้เอาประกันมีความจำเป็นทางการเงินก็สามารถขอกู้เงินจำนวนหนึ่งตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไปใช้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำได้

ด้วยเหตุผลข้างต้น จึงทำให้การทำประกันชีวิตได้รับความสนใจจากประชาชนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้จากสถิติเบี้ยประกันในปี 2547 เป็นจำนวน 130,523,256,000 บาท ปี 2548 เป็นจำนวน 141,948,320,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.26 ปี 2549 เป็นจำนวน 146,088,572,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.12 ปี 2550 เป็นจำนวน 170,031,638,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.25 และปี 2551 เป็นจำนวน 184,330,495,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.26 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย 2552:หน้า1-2) ซึ่งจะเห็นว่าปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและด้วยประโยชน์ของการทำประกันชีวิตดังกล่าว ที่ผ่านม้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารอยู่ในระดับต่ำจึงทำให้การเจริญเติบโตของการประกันชีวิตยิ่งทวีขึ้นเรื่อยๆ และจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ประชาชนมีการทำประกันชีวิตมากขึ้นเช่นกัน ดังรายละเอียดตามสถิติการประกันภัยของธุรกิจประกันชีวิต ดังนี้

## ตารางที่ 1.1 การรับประกันชีวิตของจังหวัดนนทบุรีรวมทุกประเภท

หน่วย : 1,000 บาท

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552*
จำนวนกรมธรรม์	309,216	328,738	370,579	562,412	419,138
จำนวนประชากร	972,280	999,057	1,024,191	1,052,592	1,052,592
อัตราส่วนผู้ถือกรมธรรม์ต่อประชากร 100 คน	31.80	32.90	36.18	53.43	39.82
จำนวนเงินเอาประกันภัย	84,113,940	88,496,723	103,507,967	145,237,656	123,567,615
เบี้ยประกันรับทั้งสิ้น	4,956,511	6,276,511	7,052,689	8,925,347	3,257,752

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ส่วนวิจัยและสถิติ

## ศูนย์สารสนเทศ

หมายเหตุ : \* ข้อมูลถึง ณ เดือนมิถุนายน 2552

ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยจึงยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก โดยปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตมีทั้งสิ้น 25 บริษัท (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2552) บริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดประกันชีวิตสูงสุด บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์ันส์ จำกัด รองลงมาคือ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด และด้วยเหตุที่แผนแม่บทสถาบันการเงิน (Financial Master Plan) ได้สนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์สามารถให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร (Universal Bank) อาทิ การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิตปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จึงได้ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตในเครือในการเป็นนายหน้าขายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านสาขาของธนาคาร อาทิ ธนาคารกรุงเทพจับมือกับบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต ธนาคารกสิกรไทยจับมือกับบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ธนาคารนครหลวงไทย จับมือกับบริษัท ประกันชีวิตนครหลวงไทย จำกัด ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการของธนาคารพาณิชย์

จากที่ประชาชนได้เล็งเห็นกับความสำเร็จและประโยชน์การประกันชีวิตจึงทำให้การประกันชีวิตได้รับความสนใจจากประชาชนเพิ่มมากขึ้นแต่ปรากฏว่ามีจำนวนคนไม่น้อยที่คิดว่าการประกันชีวิตเหมือนกับหาฝากเงินไว้กับธนาคาร ประกอบกับรูปแบบการเสนอขายในปัจจุบันของตัวแทนประกันชีวิตอาจจะมีการชี้แจงที่ไม่ครบถ้วนและก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการร้องเรียนต่อกรมการประกันภัยอยู่เนืองๆ จึงทำให้ภาพลักษณ์ธุรกิจประกันชีวิตดูเหมือนกับว่าเป็นธุรกิจคู่แข่งของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ระดมเงินออมจากประชาชนเช่นกัน ซึ่งการประกันชีวิตจะแตกต่างจากการฝากเงินไว้กับธนาคาร ประกอบกับการประกันชีวิต

นับวันจะมีบทบาทและมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมและสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เราไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ในอนาคตได้ การเตรียมพร้อมการสร้างความมั่นคงให้กับตัวเองและครอบครัวโดยการทำประกันชีวิต จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งในการทำประกันชีวิตผู้เอาประกันแต่ละคนสามารถเลือกแบบประกันที่เหมาะสมกับสภาพความจำเป็น แบบการประกันชีวิตมีมากมายหลายแบบด้วยกัน แต่ละแบบจะมีลักษณะความคุ้มครองและให้ผลประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไป เป็นผลให้เบี้ยประกันแตกต่างกันออกไปด้วย ฉะนั้นผู้ซื้อควรจะต้องเลือกซื้อแบบประกันที่เหมาะสมกับความต้องการ

จากประโยชน์ของการประกันชีวิต ความแตกต่างของการประกันชีวิตและการฝากเงินไว้กับธนาคาร วิธีการพิจารณาก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตและการเลือกแบบประกันชีวิตให้เหมาะสมกับสถานะความต้องการของผู้เอาประกันล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนกำลังจะตัดสินใจทำประกันชีวิตควรต้องทราบและพิจารณาอย่างรอบคอบ ประกอบกับคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามข้อเสนอของกระทรวงการคลัง เกี่ยวกับมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลที่จะกระตุ้น เศรษฐกิจของประเทศ โดยการเร่งฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็ง แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของ ประชาชนและช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคมพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตลอด จนกระตุ้นการลงทุนและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศให้มากขึ้น อันจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ โดยมีสาระสำคัญ มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ดังนี้

1. มาตรการภาษีเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนและช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคมเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนและส่งเสริมการออมของภาคครัวเรือน ตลอดจนช่วยเหลือ ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม กระทรวงการคลังเห็นควรกำหนดมาตรการภาษีซึ่งเป็นการขยายเพิ่มเติมจากมาตรการเดิม ที่ได้เคยดำเนินการมาแล้ว ดังต่อไปนี้

1.1 ปรับเพิ่มเงิน ใต้สุทธิที่ได้รับยกเว้นภาษีเงิน ใต้บุคคลธรรมดา จากเดิมที่กำหนดไว้ 100,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 150,000 บาท

1.2 ปรับเพิ่มวงเงินการยกเว้นและการหักค่าลดหย่อนเบี้ยประกันภัยสำหรับการประกันชีวิต จาก เดิมที่กำหนดไว้ 50,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 100,000 บาท

1.3 ปรับเพิ่มวงเงินการหักค่าลดหย่อนเงิน ใต้เท่าที่จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อ การเลี้ยงชีพ เงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินสะสมเข้ากองทุนบำเหน็จ บำนาญข้าราชการ หรือเงินสมทบ เข้ากองทุนสงเคราะห์ตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน จาก เดิมที่กำหนดไว้ไม่เกิน 300,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น ไม่ เกิน 500,000 บาท โดยเงิน ใต้ที่จ่ายเป็นค่าซื้อ

หน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเมื่อรวมกับเงินสะสมที่จ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการหรือเงินสมทบเข้ากองทุนสงเคราะห์ตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน ต้องไม่เกิน 500,000 บาท

1.4 ปรับเพิ่มวงเงินการหักค่าลดหย่อนเงินได้เท่าที่จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมหุ้น ระยะยาว จากเดิมที่กำหนดไว้ไม่เกิน 300,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็นไม่เกิน 500,000 บาท มาตรการข้อ 1.1-1.4 ให้มีผลใช้บังคับสำหรับเงินได้พึงประเมินที่ได้รับในปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

1.5 เพิ่มการหักค่าลดหย่อนค่าอุปการะเลี้ยงดูคู่สมรส บิดา มารดา บุตรชอบด้วยกฎหมายหรือบุตร บุญธรรมของผู้มีเงินได้หรือคู่สมรส ซึ่งเป็นคนพิการที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้และมีบัตรประจำตัวคนพิการ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 โดยให้หักได้ 30,000 บาท ต่อคน พิกัด ทั้งนี้ ให้มีผลใช้บังคับสำหรับเงินได้พึงประเมินที่ได้รับในปีที่กฎหมายมีผลใช้บังคับเป็นต้นไป

จากมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจและจากนโยบายของทางธนาคารนครหลวงไทย ได้มีการกระตุ้นให้พนักงานธนาคารทำประกันชีวิตมากขึ้น เช่น การให้ส่วนลดในการทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยและครอบครัวกับบริษัทนครหลวงไทย ประกันชีวิต จำกัด และให้ข่าวสารสม่ำเสมอเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของการทำประกันชีวิตในเรื่องสามารถนำค่าเบี้ยประกันมาลดหย่อนภาษีได้ด้วย ผู้วิจัยจึงสนใจกลุ่มพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลหนึ่งที่มีความรู้ความสามารถมีความละเอียดรอบคอบและทำงานในสถาบันการเงิน จึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรีเนื่องจากพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ประกอบอาชีพธนาคารและเป็นผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงทุกคนยอมรับได้ว่าความไม่แน่นอนของชีวิตเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ฉะนั้นการทำประกันชีวิตเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างหลักประกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้เพื่อซื้อความคุ้มครองตามที่ระบุเป็นเงื่อนไขไว้ในกรมธรรม์ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ว่าเกิดจากปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตและสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดของบริษัทประกันชีวิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและนำผลการศึกษาไปเผยแพร่ส่งเสริมให้พนักงานรู้จักประโยชน์ของการทำประกันชีวิต เพื่อเป็นการระดมเงินออมอีกรูปแบบหนึ่ง อันจะนำเงินออมเหล่านั้นไปพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

## 3. สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถใช้เป็นแนวทางในการตั้งข้อสมมติฐานของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี ได้ดังนี้

1) ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของอายุพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ทั้งนี้จากที่ได้ศึกษางานวิจัยของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) ที่พบว่า ปริมาณการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคาร ในจังหวัดชัยนาท มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของอายุพนักงานธนาคาร

2) ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ทั้งนี้จากที่ได้ศึกษางานวิจัยของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) ที่พบว่า ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้ต่อคนต่อเดือน

3) ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ทั้งนี้จากที่ได้ศึกษางานวิจัยของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) ที่พบว่า ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของภาระหนี้สินต่อคนต่อเดือน



4) ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของการออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ทั้งนี้จากที่ได้ศึกษางานวิจัยของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) ที่พบว่า ปริมาณการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคาร ในจังหวัดชัยนาท มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของการออมต่อครัวเรือนต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ พนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สมมติฐานการวิจัย

ตัวแปร	สมมติฐาน
• อายุ	- ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของอายุพนักงาน
• รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	- ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงาน
• ภาระหนี้สิน โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	- ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงภาระหนี้สิน โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงาน
• การออม โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	- ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของการออม โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงาน

#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เน้นศึกษาถึง ความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงาน ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี โดยทำการวิเคราะห์ 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี จากข้อมูลที่ได้จากการ ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงเวลา 1 – 31 พฤษภาคม 2553

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของพนักงาน ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดนนทบุรี จากข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่าง

#### 5. ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การวิจัยครั้งนี้ถือว่าปริมาณความต้องการถือประกันชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงผกผัน กับค่าเบี้ยประกันชีวิต ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์และมุ่งที่จะศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่คาดว่าจะ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. แบบจำลองการถดถอยพหุคูณของการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ตัวแปรอิสระและตัวแปร ตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

#### 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ศัพท์บางคำที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยมีความหมายดังนี้

**6.1 การประกันชีวิต** หมายถึง วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการ ตาย การสูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้อง ประสบภัยเหล่านั้นก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและ ครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าว ไปจ่ายให้แก่ ผู้ได้รับภัย

**6.2 การทำประกันชีวิต** หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง โดยตกลงยินยอมชำระเบี้ยประกันตามเงื่อนไขในสัญญาประกันชีวิตฉบับนั้น

**6.3 สัญญาประกันชีวิต** (กรมธรรม์ประกันชีวิต) หมายถึงสัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือ ใช้เงินจำนวนหนึ่งไว้ในกรณีวินาศภัยหากมีขึ้นหรือเหตุอย่างอื่นในอนาคตตั้งระบุไว้ในสัญญา และบุคคลอีกบุคคลหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่าเบี้ยประกัน

**6.4 บริษัทประกันชีวิต** หมายถึง บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชน ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535และให้หมายรวมถึง สาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในราชอาณาจักรไทยด้วย

**6.5 ตัวแทน** หมายถึง บุคคลที่เป็นคนกลางระหว่างบริษัทประกันภัยกับผู้เอาประกันภัยในการให้คำแนะนำและชักชวนให้ทำประกันชีวิต

**6.6 ผู้เอาประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งเบี้ยประกัน

**6.7 ผู้รับประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้

**6.8 ผู้รับผลประโยชน์** หมายถึง บุคคลผู้พึงจะได้รับค่าสินไหมทดแทน หรือจำนวนเงินใช้ให้อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้เอาประกัน หรือบุคคลอื่นที่ระบุไว้ในสัญญาประกันภัยให้เป็นผู้รับประโยชน์ได้

**6.9 เบี้ยประกัน** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายให้กับบริษัทผู้รับประกันเพื่อซื้อความคุ้มครองที่ได้รับจากการประกันชีวิต

**6.10 สินไหมทดแทน** หมายถึง จำนวนเงินที่ชดใช้ให้เมื่อเกิดภัยแก่ผู้เอาประกัน

**6.11 เงินเอาประกัน** หมายถึง ราคาที่ผู้เอาประกันและผู้รับประกันตกลงกันในการเอาประกัน

**6.12 เงินออม** หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลหนึ่งนำมาเก็บออมไว้ในรูปแบบต่าง ๆ

**6.13 หนี้สิน** หมายถึง เงินค้างชำระรวมทุกประเภท เช่น ค่าผ่อนบ้าน ค่าผ่อนรถ หนี้บัตรเครดิต หนี้เงินกู้ทุกประเภท

**6.14 แบบตลอดชีพ** หมายถึง เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์

6.15 แบบสะสมทรัพย์ หมายถึง เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงในระยะเวลาประกันภัย

6.16 แบบชั่วระยะเวลา หมายถึง เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาประกันภัย

6.17 แบบเงินได้ประจำ หมายถึง เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือน นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้นไป

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

วิจัยครั้งนี้ คาดว่ามีประโยชน์ดังนี้

7.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี รวมถึงทราบพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

7.2 เพื่อนำผลจากการวิจัยไปปรับใช้สำหรับการส่งเสริมให้ประชาชนทำประกันชีวิตมากขึ้นซึ่งถือว่าเป็นการระดมเงินออมรูปแบบหนึ่ง

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยใช้ทฤษฎีอุปสงค์อธิบายถึงความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อของความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตและแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคอธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนองานวิจัยที่มีผู้ศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

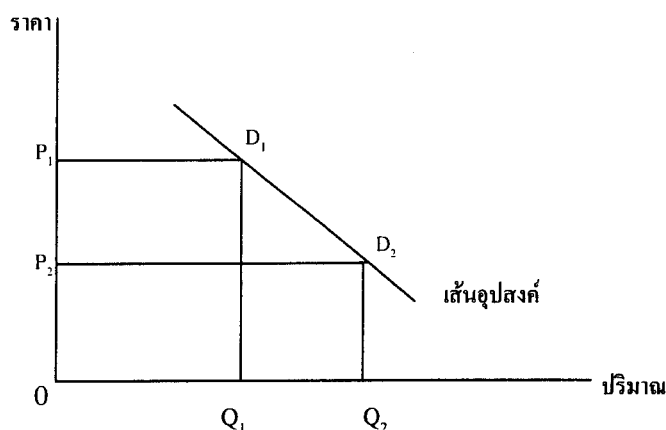
#### 1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์จุลภาคและส่วนประสมทางการตลาด มาประยุกต์ใช้ โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีต่างๆ ดังนี้

##### 1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ หมายถึง ความต้องการสินค้าหรือบริการชนิดใด ๆ โดยที่มีผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในเวลา ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ทั้งนี้ คำว่า “ประสงค์จะซื้อ” เป็นความต้องการบริโภคที่มีอำนาจซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจจะจ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการ

กฎของอุปสงค์ (Law of demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้บริโภคต้องการบริโภคโดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ย่อมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (Inverse relation) กับระดับราคาสินค้าหรือบริการนั้นเสมอ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลงและเมื่อราคาสินค้าลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น



ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (Changes in quantity demand)

ถ้าระดับราคาสินค้าหรือบริการเปลี่ยนแปลงไปมีผลให้ปริมาณความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย การเปลี่ยนแปลงนี้ เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (Changes in quantity demanded) ของสินค้าหรือบริการ สมมติว่าเดิมราคาสินค้าอยู่ที่ระดับ  $OP_1$  ปริมาณซื้อจะเท่ากับ  $OQ_1$  ต่อมาราคาสินค้าลดลงอยู่ที่  $OP_2$  ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น  $OQ_2$  ซึ่งเป็นการเคลื่อนย้ายจากจุด  $OD_1$  ไปยังจุด  $OD_2$  อยู่บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ (Quantity demand) ซึ่งเรียกว่าตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อปริมาณซื้อแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลาปัจจัยดังกล่าวสรุป ดังนี้

1. ราคาของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น สินค้าปกติ (Normal goods) ยังมีราคาแพงปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะยิ่งน้อย ในทางตรงกันข้ามสินค้ายังมีราคาถูกเท่าไรปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการจะยิ่งมากขึ้นแต่ในการศึกษาทฤษฎีอุปสงค์มีปัจจัยหลายประการที่ทำให้กฎหรือทฤษฎีอุปสงค์ต้องเปลี่ยนแปลง ได้แก่ สินค้าด้อย (Giffin goods) การเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณอาจไม่เป็นเช่นเดียวกันกับสินค้าปกติ ทำให้กฎของอุปสงค์ที่ว่าเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะลดการบริโภคสินค้านั้นลงและเมื่อราคาของสินค้านั้นลดลงผู้บริโภคจะบริโภคสินค้านั้นเพิ่มขึ้นนั้น ไม่เป็นจริงและมีผลทำให้เส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลในกรณีนี้ความชันเป็นบวกได้ เช่น รถยนต์ยุโรปที่มีราคาแพง เมื่อราคารถยนต์สูงขึ้นจะไม่ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภครถยนต์ลง และเมื่อราคารถยนต์นั้นลดลงก็จะทำให้ไม่บริโภครถยนต์มากขึ้น

2. ระดับรายได้ของผู้บริโภค โดยทั่วไปสินค้าปกติเมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นความต้องการสินค้าหรือบริการจะเพิ่มขึ้นและในทางตรงกันข้ามเมื่อรายได้ของผู้บริโภคลดลงความ

ต้องการสินค้าหรือบริการจะลดลง แต่หากสินค้าเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) จะพบว่า ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคจะลดต่ำลงเมื่อผู้บริโภครายได้สูงขึ้น ดังนั้นสินค้าชนิดเดียวกันอาจเป็นสินค้าด้อยได้ทั้งสิ้นขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังพิจารณา ณ ระดับรายได้ระดับใด ณ ระดับรายได้หนึ่ง ผู้บริโภคอาจซื้อสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้สูงขึ้น แต่เมื่อรายได้สูงเกินอีกระดับหนึ่งไปแล้ว เขาอาจเลิกซื้อสินค้านั้นหรือซื้อสินค้าน้อยลงแล้วหันไปซื้อสินค้าอื่นแทน ตัวอย่าง เช่น ผู้บริโภคอาจไม่เคยซื้อเนื้อวัวมารับประทานเลย เนื่องจากรายได้ในครอบครัวถูกใช้ไปในสิ่งจำเป็นอื่นๆ ต่อมาเมื่อรายได้สูงขึ้น ผู้บริโภคก็อาจจะเริ่มซื้อเนื้อวัวมารับประทาน โดยเลือกซื้อเนื้อสะโพก ซึ่งมีคุณภาพดีพอประมาณและราคาไม่สูงนักและเมื่อผู้บริโภครายได้สูงขึ้นอีก อาจซื้อเนื้อดังกล่าวมารับประทานได้มากและบ่อยครั้งขึ้น แต่ถ้ารายได้ยังสูงขึ้นต่อไปอีกผู้บริโภคมักจะเริ่มหันไปซื้อเนื้อสันในที่มีคุณภาพดีกว่าและลดการซื้อเนื้อสะโพกลง

3. รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งบางทีเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น สินค้าหรือบริการประเภทภาพยนตร์ แบบเสื้อ เทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็อยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ความเชื่อและการเลียนแบบ

4. จำนวนผู้บริโภคในตลาดตามปกติจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ความต้องการสินค้าหรือบริการจะมีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่การเพิ่มจำนวนประชากรเพียงอย่างเดียวยังไม่เป็นการเพียงพอประชากรเหล่านั้นจะต้องมีอำนาจซื้อสินค้าได้มากขึ้นด้วยจึงจะทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น

5. ราคาของสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทตามลักษณะของสินค้า คือ

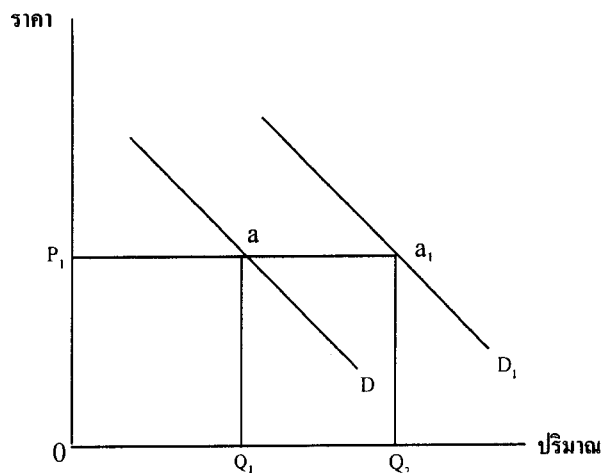
5.1 ราคาของสินค้าที่สามารถใช้ประกอบกันกับสินค้าที่ผู้บริโภคร้องซื้อ ซึ่งในการบริโภคสินค้าบางอย่างต้องบริโภคพร้อมกันกับสินค้าอื่น ๆ เช่น รถยนต์กับยาง รถยนต์ถ้ารถยนต์ราคาสูงขึ้นความต้องการซื้อรถยนต์จะลดลง ซึ่งจะทำให้ความต้องการซื้อยางรถยนต์จะลดลงตาม

5.2 ราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้กับสินค้าที่ผู้บริโภคร้องซื้อ ซึ่งตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิดถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้น เช่น อิฐกับไม้เป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันในการสร้างผนังบ้าน

6. ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องยังมีปัจจัยอื่นที่กำหนดปริมาณการเสนอซื้อ เช่น ฤดูกาล เป็นต้น อาทิเช่น ในประเทศเกษตรกรรมหลักจากการเก็บเกี่ยวชาวนาซึ่งมีรายได้และว่างจากการทำงานมักจะเข้าเมืองเพื่อหาซื้อเครื่องอุปโภคและบริโภค ดังนั้นในช่วงเวลาดังกล่าวย่อมส่งผลให้ความต้องการสินค้ามากขึ้น

ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวนอุปสงค์นั้นมีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อจะทำให้ปริมาณความต้องการในสินค้าหรือบริการในแต่ละระดับราคาเปลี่ยนแปลงไปด้วยเรียกว่าการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (Changes in demand) ของสินค้าและบริการ สมมติว่า  $D$  คือเส้นอุปสงค์เดิมส่วนบุคคลของนาย ก ที่มีต่อนมสด ถ้ามสมราคาขวดละ  $OP_1$  บาท นาย ก จะซื้อจำนวน  $OQ_1$  ขวด ในแต่ละเดือน ต่อมาสมมติว่ามีการโฆษณาเผยแพร่ถึงคุณประโยชน์ของการดื่มนมสดและชักชวนประชาชนให้ดื่มนมสด ซึ่งมีส่วนทำให้ นาย ก ต้องการดื่มนมสดมากขึ้น ณ ราคา นมสดขวดละ  $OP_1$  บาท เท่าเดิม นาย ก จะซื้อนมสดเพิ่มขึ้นเป็น  $OQ_2$  ขวด ซึ่งอยู่บนเส้นอุปสงค์เส้นใหม่คือ  $D_1$  ซึ่งอยู่ทางขวาของเส้นเดิม .

ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้โดยการกำหนดให้ปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปที่ละอย่างโดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้วสังเกตถึงผลซึ่งปัจจัยแต่ละอย่างจะกระทบต่อจำนวนอุปสงค์โดยวิธีนี้สามารถศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปร (ปัจจัย) แต่ละตัวที่มีอยู่ต่อจำนวนอุปสงค์และสามารถเข้าใจถึงอิทธิพลที่แตกต่างกันของแต่ละตัวแปร ได้จากนี้ก็สามารถรวมอิทธิพลต่างๆ ของตัวแปรสองตัวหรือมากกว่าเพื่อศึกษาว่าจะเกิดถ้าหากสิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปในเวลาเดียวกัน



ภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ ( Changes in demand )

ทฤษฎีอุปสงค์ของผู้บริโภค (The theory of the household or consumer) การอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจำเป็นจะต้องมีข้อสมมุติอยู่เสมอว่าผู้บริโภคประพฤติปฏิบัติอย่างมี



เหตุผล (rational action) ในอันที่จะให้บรรลุถึงจุดประสงค์จากข้อจำกัดที่มีอยู่ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงจุดประสงค์(objective) ข้อจำกัดและสาเหตุที่ผู้บริโภคจะกระทำเพื่อให้บรรลุถึงจุดประสงค์

จุดประสงค์ของการประพฤติปฏิบัติของผู้บริโภคที่มีเหตุผลก็คือ การมุ่งหวังที่จะให้ได้รับความพอใจสูงสุดหรืออรรถประโยชน์สูงสุด (utility maximization) จากการใช้รายได้ของเขา ปัญหาของผู้บริโภคก็คือการตัดสินใจในการที่จะเลือกบริโภคสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากรายได้ที่มีอยู่สิ่งทีถือว่าเป็นข้อจำกัดของผู้บริโภคก็คือรายได้และราคาสินค้าที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งผู้บริโภค โดยทั่วไปจะมีรายได้อยู่จำนวนหนึ่งรวมทั้งความสามารถในการที่จะกู้ยืมด้วยสำหรับราคาสินค้านั้น สมมุติว่าเป็นสิ่งที่กำหนดขึ้นจากตลาดที่มีการแข่งขัน ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องยอมรับจากข้อจำกัดในเรื่องรายได้และราคาสินค้า ซึ่งผู้บริโภคเผชิญอยู่เอง ผู้บริโภคจึงต้องประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายซึ่งก็คือการให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากรายได้ที่มีจำกัดนั้นหรือเรียกว่าฟังก์ชันอุปสงค์ของมาร์แชล(Marshallian Demand's function)

**1.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)**

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคหรือ S-R Theory มีจุดเริ่มต้นที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง มีรายละเอียดตามแผนภาพดังนี้

สิ่งกระตุ้นภายนอก		กลองคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ		การตอบสนอง
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด	สิ่งกระตุ้นอื่นๆ	ลักษณะของผู้ซื้อ	ลักษณะการตัดสินใจของผู้ซื้อ	
ผลิตภัณฑ์	เศรษฐกิจ	ปัจจัยทางวัฒนธรรม	การรับรู้ปัญหา	การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตรา การเลือกผู้ขาย เวลาในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ
ราคา	การเมือง	ปัจจัยทางสังคม	การค้นหาข้อมูล	
ช่องทางการจัด	เทคโนโลยี	ปัจจัยทางบุคคล	การประเมินผลทางพฤติกรรม	
จำหน่าย	วัฒนธรรม	ปัจจัยทางจิตวิทยา	การตัดสินใจซื้อ	
การส่งเสริมการขาย			ความรู้สึกลหลังการซื้อ	

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534)

ภาพที่ 2.3 แผนภาพแสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2.1 **สิ่งกระตุ้น** สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งเป็นเหตุจูงใจทำให้ซื้อสินค้า ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจด้านเหตุผล คือผู้บริโภคมีความพอใจสูงสุด ภายใต้รายได้ที่จำกัดหรือเหตุจูงใจด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) **สิ่งกระตุ้นทางการตลาด** เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย (ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์:2548)

(1) **สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์** จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับขั้นของบริการ ตราสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการ หลังการขายนั้น คือส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง เช่น สังคม ภายในอาคารเล็ก ๆ อาคารเดี่ยวจนกระทั่งจุดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศหรือจากร้านอาหารขนาดเล็ก ไปจนกระทั่งห้องอาหารของโรงแรมระดับสี่ดาว

(2) **สิ่งกระตุ้นด้านราคา** การพิจารณาด้านราคานั้นจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลดเงินช่วยเหลือค่านายหน้าและเงื่อนไขการชำระเงินสดเนื่องจากราคามีส่วน ในการทำให้บริการต่าง ๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจาก บริการ โดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพของบริการ

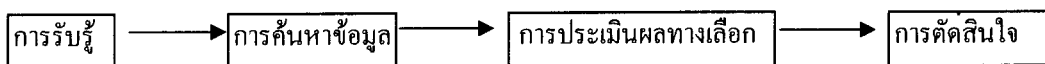
(3) **สิ่งกระตุ้นด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตั้ง** ของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่าย ในการเข้าถึงบริการนั้น มิใช่แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้น ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึง บริการอีกด้วย

(4) **สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการขาย** รวมถึงวิธีการที่หลากหลายของ การสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณากิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริม การขายและรูปแบบอื่นทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

2) **สิ่งกระตุ้นอื่นๆ** เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทาง กฎหมายและการเมืองและสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

**1.2.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)** ความรู้สึกนึกคิดจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

- 1) ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา
- 2) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นสามารถตอบสนองหรือไม่และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้นจะมีพฤติกรรมอย่างไร ในการตอบสนองการซื้อประกอบด้วยขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกการตัดสินใจ ซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ ดังแผนภาพ



ภาพที่ 2.4 แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

**1.2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)** หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ

### 1.3 ทฤษฎีการเสี่ยงภัย

ทฤษฎีการเสี่ยงภัย มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

**1.3.1 ความน่าจะเป็น** หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น ซึ่งอาจเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ แต่มี โอกาสหรือความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นดังเช่น เราโยนเหรียญขึ้นบนอากาศ ย่อมมีโอกาสที่จะเกิดหัวหรือก้อย เป็นต้น ความน่าจะเป็นจะเป็นทฤษฎีพื้นฐานที่บริษัทประกันภัยนำไปใช้เป็นค่าประมาณในการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่จะเรียกเก็บจากผู้เอาประกันภัย ซึ่งเกิดการเสี่ยงภัยในเหตุการณ์ที่มีโอกาสที่จะเป็นไปได้และต้องยอมรับความเสี่ยงของภัยนั้นได้

1) **โอกาสหรือความเป็นไปได้ (Probability)** สามารถแสดงออกเป็นค่าได้ตั้งแต่ศูนย์ถึงหนึ่ง ถ้าโอกาสหรือความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งมีมากค่าของความเป็นไปได้ก็จะสูง ถ้าเหตุการณ์ใดจะต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังเช่น การตายของมนุษย์ค่าของความเป็นไปได้ก็จะเท่ากับหนึ่งในตนเองเดียวกัน ถ้าโอกาสหรือความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งมีน้อยค่าของความเป็นไปได้ก็จะต่ำ ถ้าโอกาสของเหตุการณ์

นั้น ไม่มีทางเกิดขึ้นเลย ดังเช่นพระอาทิตย์จะดับในอีก 100 ปีข้างหน้า ค่าความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จะเท่ากับศูนย์ โดยทั่วไปค่าของความเป็นไปได้ (P) ของเหตุการณ์หนึ่ง (A) จะเท่ากับจำนวนครั้งที่เกิดขึ้น (X) หารด้วยจำนวนรวม (N) นั่นคือ  $P(A) = X/N$

2) **การรับเสี่ยงภัย** ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นจะต้องมีค่ามากกว่าศูนย์และต่ำกว่าหนึ่ง ถ้าค่าเท่ากับศูนย์หรือโอกาสที่จะเกิดภัยไม่มีเลยก็ย่อมไม่มีการเอาประกันภัยเพราะจะเสียเงินค่าเบี้ยประกันภัยไปเปล่าๆ ถ้าค่าของความเป็นไปได้เท่ากับหนึ่งซึ่งหมายความว่า จะต้องเกิดเหตุการณ์ที่รับเสี่ยงภัยไว้นั้นอย่างแน่นอน ก็ย่อมไม่มีผู้รับประกันภัยรายโดยอมรับเสี่ยงภัยนั้นหรือถ้ารับก็จะเรียกเบี้ยประกันภัยสูงมากเพื่อให้คุ้มค่าของการเสี่ยงภัยจนหาผู้เอาประกันภัยไม่ได้

1.3.2 **เหตุการณ์ในอนาคต** เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นอันนำมาซึ่งความเสียหายนั้น จะต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นเรื่องของอนาคต ไม่ใช่เป็นเรื่องในอดีตหรือปัจจุบัน ถ้าเป็นเหตุการณ์ในอดีตหรือปัจจุบัน ย่อมเป็นเหตุการณ์ที่ได้รับทราบกันแล้วว่า ได้เกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นแล้ว เป็นเรื่องที่ทราบกันแน่นอนแล้ว ไม่มีโอกาสหรือความเป็นไปได้ที่จะเป็นอย่างนั้นหรือเป็นอย่างนี้ ค่าความเป็นไปได้อาจเท่ากับศูนย์หรือหนึ่ง เช่น การประกันอัคคีภัยสำหรับบ้านหลังหนึ่งจะต้องเป็นการรับประกันภัยจากความเสียหายที่เกิดขึ้นจากไฟสำหรับบ้านหลังนั้นในอนาคตนับแต่วันทำสัญญาให้ความคุ้มครอง ไม่ใช่ความเสียหายที่เกิดขึ้นมาแล้วในอดีตหรือเป็นอยู่ในปัจจุบัน เป็นการโอนความเสี่ยงภัยในรูปของการประกันภัย คือการโอนความเสี่ยงภัยไปให้บริษัทประกันภัยในรูปของการเอาประกันไว้กับบริษัทประกันภัย โดยการทำสัญญาประกันภัย ซึ่งบริษัทประกันภัยสัญญาว่าจะชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้เอาประกันภัยสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นและได้รับการคุ้มครองตามสัญญาประกันภัยนั้น เช่น การทำประกันรถยนต์ เป็นการโอนความเสี่ยงภัยในความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับรถยนต์ไปให้บริษัทประกันภัย โดยสัญญาว่าหากรถยนต์เกิดอุบัติเหตุเสียหายบริษัทประกันภัยจะรับชดใช้ให้หรือซ่อมแซมให้หรือการทำประกันชีวิต โดยผู้เอาประกันเห็นว่าหากตัวเองประสบอันตรายถึงชีวิตจะทำให้ครอบครัวลำบากจึงโอนความเสี่ยงภัยนี้ไปให้บริษัทประกันภัยโดยสัญญาว่าถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงบริษัทจะชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้กับครอบครัวเป็นการบรรเทาในเรื่องของความเป็นอยู่ที่ขาดรายได้จากสามีซึ่งเป็นความเสี่ยงภัยอันหนึ่งเช่นกัน

1) **ความไม่แน่นอน (Uncertainty)** ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์อันใดอันหนึ่งว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นในอนาคต ดังเช่น เหตุการณ์ที่จะเกิดรถชนกันหรือไฟไหม้บ้านเป็นลักษณะสำคัญของการรับเสี่ยงภัย ถ้าเหตุการณ์ในอนาคตเกิดความแน่นอนขึ้นไม่ว่าเป็นการแน่นอนว่าเหตุการณ์จะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นเช่นนี้ย่อมไม่มีการเสี่ยงภัย

2) **ความเสียหาย** หมายถึง การลดลงหรือการสูญเสียไปซึ่งมูลค่าโดยทั่วไป จะเกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝันหรือไม่อาจคาดการณ์ได้แม้จะวัดความเสียหายอันเป็นผลจากการเกิด เหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งนั้นอาจเป็นความเสียหายทางการเงินหรือความเสียหายทางด้านอื่นๆ ก็ได้ แต่ในเรื่องการประกันภัยเมื่อกล่าวถึงการเสี่ยงภัยย่อมหมายถึงการเสี่ยงภัยที่เป็นรูปธรรม ซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นก็ต้องเป็นความเสียหายที่เป็นรูปธรรมด้วย ซึ่งสามารถที่จะคำนวณหรือ ประเมินค่าเป็นตัวเงินได้ (Economic หรือ Financial loss) ความเสียหายที่เป็นนามธรรมหรือความ เสียหที่เป็นมโนธรรมอันไม่สามารถประเมินค่าเป็นเงินได้ไม่ใช่ความเสียหายตามความหมายของการ เสี่ยงภัยในทางประกันภัยความเสียหายที่สามารถเอาประกันภัยได้นั้นจะต้องเป็นความเสียหายที่อาจ เกิดขึ้นได้อันไม่แน่นอนและสามารถประเมินค่าเป็นตัวเงินได้เท่านั้น

### 1.3.3 ภัยและภาวะภัย

1) **ภัย (Peril)** หมายถึง เหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเสียหาย (Cause of loss) หรือตัวสื่อที่ทำให้เกิดความเสียหาย เช่น ไฟ น้ำท่วม แผ่นดินไหว การเจ็บป่วย การลักทรัพย์ ดังนั้น การซื้อความคุ้มครองจากการประกันภัยจึงเป็นการซื้อความคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัว ภัยต่างๆตามที่คาดว่าจะมีโอกาสเกิดความเสียหาย (risk)

2) **ภาวะภัย (Hazard)** หมายถึง เงื่อนไขหรือปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดหรือเพิ่ม หรือลดการเสี่ยงภัยให้กับตัวภัยอันใดอันหนึ่ง เช่น รถยนต์เก่าย่อมมีการเสี่ยงภัยมากกว่ารถยนต์ ใหม่ซึ่งสามารถแบ่งภาวะภัยได้ดังนี้

(1) **ภาวะภัยทางวัตถุ (Physical hazards)** หมายถึง ภาวะภัยหรือเงื่อนไขที่เป็นรูปธรรมที่ทำให้เกิดการเสี่ยงภัยหรือโอกาสที่จะทำให้เกิดความเสียหายจากภัยอันใดอันหนึ่งใน ระดับสูงขึ้น ซึ่งอาจเป็นเงื่อนไขเกี่ยวกับสภาพที่ตั้งหรืออาชีพหรือวัสดุที่ใช้ เช่น อาชีพขับรถ บรรทุกย่อมเสี่ยงภัยกว่าเป็นอาจารย์สอนหนังสือบ้านในชุมชนแออัดย่อมเสี่ยงภัยกว่าบ้านที่ตั้งอยู่ โดดเดี่ยวมีบริเวณกว้าง เป็นต้น

(2) **ภาวะภัยทางคุณธรรม (Moral hazards)** หมายถึง ภาวะที่มีการเสี่ยงภัย สูงขึ้นที่เกิดจากสภาพจิตใจของบุคคลเป็นการกระทำที่ไม่มีคุณธรรมหรือไม่สุจริต ทั้งนี้เพื่อหวัง ผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากการเอาประกันภัย เช่น การเผาสินทรัพย์ที่เอาประกันภัย โดย เจตนาหวังว่าจะได้รับการชดเชยค่าสินไหมทดแทนจากผู้รับประกันภัย เป็นต้น

(3) **ภาวะภัยทางอุปนิสัย (Morale hazard)** หมายถึง ภาวะเสี่ยงภัยที่สูงขึ้น ที่เกิดขึ้นจากสภาพจิตใจ (Subject risk) ของบุคคลเหมือนกับ Moral hazard แต่เป็นการกระทำที่ไม่มี เจตนาทุจริตแต่เป็นภาวะภัยที่เกิดขึ้นจากนิสัยใจคอของบุคคลเป็นการประมาทเลินเล่อความหลงลืม และความมั่งง่าย เช่น ลืมปิดแก๊สในครัวซึ่งอาจเกิดไฟไหม้บ้านได้ง่าย เป็นต้น

**1.3.4 การเสี่ยงภัยการเสี่ยงภัยทางเศรษฐกิจ (Economic risk)** ซึ่งสามารถตีค่าความเสียหายเป็นตัวเงินได้แยกได้ 2 ประเภท คือ

1) **การเสี่ยงภัยแท้ (Pure risk)** เป็นการเสี่ยงภัยที่ผู้เสี่ยงภัยไม่ประสงค์จะให้เกิด ไม่มีเจตนากระทำให้เกิดเหตุการณ์ที่จะนำมาซึ่งความเสียหายแต่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือเป็นอุบัติเหตุที่ป้องกันแก้ไขไม่ได้ เช่น คลื่นยักษ์สึนามิ น้ำท่วม พายุ แผ่นดินไหว ฯลฯ การเสี่ยงภัยแท้นั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการได้กำไรหรือได้ประโยชน์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะนำมาซึ่งความเสียหายเท่านั้น

2) **การเสี่ยงภัยเพื่อกำไร (Speculative risk)** เป็นการเสี่ยงภัยโดยมีเจตนาที่จะเข้าไปเสี่ยงการเสี่ยงภัยยังไม่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้นแต่ผู้เสี่ยงภัยเป็นผู้สร้างการเสี่ยงภัยขึ้นเอง เพื่อหวังผลประโยชน์หรือกำไรอาจจะขาดทุนหรือกำไรก็ได้ เช่น การเล่นเกมพนัน ก่อนการซื้อหรือการลงเล่นไม่มีการเสี่ยงภัยต่อกำไรหรือขาดทุนเลย ผู้ซื้อหรือผู้เล่นเป็นคนสร้างความเสี่ยงภัยขึ้นเอง โดยมีเจตนาการเสี่ยงภัยแท้เท่านั้นที่เป็นธุรกิจการประกันภัย ส่วนการเสี่ยงภัยเพื่อกำไรนั้นอยู่นอกขอบเขตการประกันภัย ทั้งผู้เสี่ยงภัยและผู้รับประกันภัยย่อมไม่สนใจที่จะเอาประกันภัยหรือรับประกันภัยเพราะถ้ามีการรับประกันภัยเบี้ยประกันภัยก็จะต้องสูงให้คุ้มกับภาวะการเสี่ยงภัยและในที่สุดจะไม่มีผลกำไรเกิดขึ้น ส่วนการเสี่ยงภัยแท้นั้นเป็นเรื่องความเสียหายที่จะเกิดขึ้นตามธรรมชาติผู้เสี่ยงภัยไม่มีเจตนาที่จะให้เกิดและไม่สามารถป้องกันได้ ดังนั้นจะต้องหาหนทางที่บรรเทาความเสียหายที่จะเกิดขึ้นให้ลดน้อยลงหรือหมดไปด้วยวิธีการต่างๆ ด้านผู้รับประกันภัยก็ยินดีและสามารถระงับการเสี่ยงภัยได้เพราะเป็นความเสียหายที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากการกระทำโดยเจตนาของผู้ใดสามารถที่จะรับเสี่ยงภัยได้

#### 1.4 การออม (Saving)

การออมนั้น หากจะกล่าวให้เต็มๆ ก็คือการออมทรัพย์ ซึ่งการออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรายได้ที่สามารถใช้จ่ายใช้สอยได้จริงและการบริโภคของครัวเรือนอย่างมาก ด้วยเหตุที่ว่าหลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้ว เมื่อนำไปหักภาษีออก รายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริงครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสมเรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า "การออมทรัพย์" หากพิจารณาจะพบว่า การออมเปรียบเป็นส่วนร่วของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสรายจ่ายในช่วงเวลานั้น สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถใช้จ่ายใช้สอยได้จริงค่าใช้จ่ายและปริมาณการออมได้ ดังนี้

$$Y = C + S \quad (1)$$

Y คือ รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

S คือ ปริมาณการออม

ตัววัดค่าพฤติกรรมการออมที่นิยมใช้กัน คือ APS (average propensity to save : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่ารายได้ 1 หน่วย คร่าวๆ จะทำการออมเก็บไว้เท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงพฤติกรรมในการจัดสรรรายได้ไปในการออมของครัวเรือนและ MPS (marginal propensity to save : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ปริมาณการออมจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงผลของการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ที่กระทบต่อพฤติกรรมการออมว่ามีมากน้อยเพียงใด ทั้งค่า APS และ MPS สามารถหาได้โดย

$$APS = S/Y \quad (2)$$

$$MPS = DS/DY \quad (3)$$

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความโน้มเอียงในการบริโภคและการออม นักเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไปมักจะกล่าวถึงการออมและการบริโภคควบคู่กันไปเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากต่างก็เป็นส่วนหนึ่งที่แยกออกมาจากรายได้ของครัวเรือนที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง ถ้าปริมาณการออมรวมกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมีค่าเท่ากับรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยได้จริงพอดี ตามสมการ (1) เมื่อทำการย้ายข้างสมการจะได้ว่า

$$C + S = Y$$

$$(C/Y) + (S/Y) = (Y/Y) \quad \text{นั่นคือ}$$

$$APC + APS = 1 \quad (4)$$

และ

$$(DC/DY) + (DS/DY) = (DY/DY) \quad \text{นั่นคือ}$$

$$MPC + MPS = 1 \quad (5)$$

ในที่นี้ค่า APC และ MPC คือ ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค (average propensity to consume) และ ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการบริโภค (marginal propensity to consume) ตามลำดับ ซึ่งในความหมายก็คล้ายกับ APS และ MPS ต่างกันแต่มองในแง่ของการบริโภคมากกว่าการออม

ดังนั้นการทำประกันชีวิตจึงเป็นการออมชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นการออมแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันจะต้องมีหน้าที่ในการจ่ายค่าเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอและหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิตเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์กำหนดไว้ก็จะได้รับเงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ยนับได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้จ่ายยามชราก็ได้หรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประกันชีวิตนับวันจะมีบทบาทและมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมและสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งไม่สามารถกำหนดทิศทางหรือคาดเดาเหตุการณ์ในอนาคตได้ การเตรียมพร้อมโดยการสร้างความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัวด้วยการประกันชีวิตจึงเป็นแนวทางหนึ่งของการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งความต้องการทำประกันชีวิตจะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต งานวิจัยโดยตรงยังมีน้อยทำให้ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้างานวิจัยเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี โดยสามารถแยกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

### 2.1 อายุ (AGE)

จากการศึกษาของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท พบว่า อายุพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาทมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับกับการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการทำประกันชีวิต หรืออธิบายว่าผู้ที่มีอายุในช่วงวัยกลางคนมีแนวโน้มความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่าช่วงอายุอื่น เนื่องจากอยู่ในช่วงอายุที่กำลังสร้างครอบครัวจึงต้องการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัวกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี

### 2.2 รายได้ (INCOME)

จากการศึกษาของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ต่อคนต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น



ร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณความต้องการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.11089 หรืออธิบายได้ว่า หากประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ย 10,000 บาทแล้วโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น 11.11% อาจเนื่องมาจากคนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นย่อมทำให้มีความสามารถในการออมที่เพิ่มขึ้นและนอกจากจะเก็บออมในรูปแบบอื่นๆแล้วยังออมเงินในรูปแบบการประกันชีวิตเพิ่มขึ้นอีกด้วย

### 2.3 ภาระหนี้สิน (DEBIT)

จากการศึกษาของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาระหนี้สินต่อคนต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยเมื่อภาระหนี้สินเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณความต้องการทำประกันชีวิตลดลงร้อยละ 0.210962

### 2.4 การออม (SAVE)

จากการศึกษาของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท พบว่า การออมต่อครัวเรือนต่อเดือน พนักงานธนาคารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยเมื่อมีการออมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณความต้องการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4763 หรืออธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีเงินออมทั้งหมดมากกว่า 50,000.00 บาทแล้วโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4763

### 2.5 ค่าเบี้ย (PRICE)

ปริมาณความต้องการถือประกันชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าเบี้ยประกันชีวิต หรือความต้องการซื้อสินค้าจะแปรผกผันกับราคา ตามกฎของอุปสงค์

### 2.6 พฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิต

จากการศึกษาของ ธนกฤต ภิญโญ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่” โดยทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์ สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการประกันกับบริษัท ไทยพาณิชย์ นิวออร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) เนื่องมาจากปัจจัยดังนี้

**2.6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ได้แก่ แบบประกันที่ตรงตามความต้องการ ความมั่นคงสถานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต มีหลากหลาย ศึกษาแล้วเข้าใจง่าย ชื่อเสียงประวัติการทำงานของบริษัทและการให้ความคุ้มครองทั่วถึงและเงื่อนไขของกรมธรรม์มีความชัดเจนในการจ่ายสินไหม

**2.6.2 ปัจจัยด้านราคา** ได้แก่ ปัจจัยด้านอัตราเงินปันผลจ่ายคืนเมื่อครบกำหนดที่สม่ำเสมอ ปัจจัยด้านอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม มีบริการสินเชื่อทางการเงิน มีสัญญาเพิ่มเติมที่ให้ผลประโยชน์มากกว่า ค่าเบี้ยประกันลดหย่อนภาษีได้ เลือกวงเงินประกันได้ตามฐานะการเงินและเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก

**2.6.3 ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย** ได้แก่ ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายพนักงานธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานตัวแทนบริษัทมีความเป็นมืออาชีพ บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้า มีสำนักงานตัวแทนที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวก พนักงานมีความรู้ด้านประกัน วิธีการชำระค่าเบี้ยประกันให้ลูกค้าเลือกหลายวิธี ปัจจัยการมีความคุ้นเคยกับพนักงานธนาคารและมีความคุ้นเคยกับพนักงานตัวแทนบริษัท

**2.6.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย** ได้แก่ มี Call Center สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา มีของกำนัลและโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่ การโฆษณาสื่อทางโทรทัศน์/วิทยุ และปัจจัยด้านการโฆษณา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาอุปสงค์การถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล
2. ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 11 สาขาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) รายละเอียดที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่สองเป็นข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและส่วนที่สามเป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 127 คน จาก 11 สาขา มีดังนี้

- |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| 1. สาขาแจ้งวัฒนะ      | จำนวนพนักงาน 15 คน |
| 2. สาขาปากเกร็ด       | จำนวนพนักงาน 15 คน |
| 3. สาขาห้าแยกปากเกร็ด | จำนวนพนักงาน 12 คน |

4. สาขาย่อยนนทบุรี	จำนวนพนักงาน 10 คน
5. สาขาย่อยรัตนาธิเบศร์	จำนวนพนักงาน 15 คน
6. สาขาบางบัวทอง	จำนวนพนักงาน 10 คน
7. สาขาย่อยบางกรวย	จำนวนพนักงาน 10 คน
8. สาขาย่อยบางใหญ่	จำนวนพนักงาน 10 คน
9. สาขาย่อยถนนสามัคคี	จำนวนพนักงาน 10 คน
10. สาขาย่อยพันธุ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน	จำนวนพนักงาน 10 คน
11. สาขาโฮมเวิร์ค ราชพฤกษ์	จำนวนพนักงาน 10 คน

## 2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ คือพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรีที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คน กำหนดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5 เปอร์เซ็นต์ จากสูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามานะ (Yamane, Taro) ดังนี้

$$n = N / [1 + N(e^2)]$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

$$e = 0.05$$

$$\text{แทนค่า } n = 127 / [1 + 127(0.0025)] = 96.39$$

ดังนั้น  $n = 100$  ตัวอย่าง

## 2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นต่างๆ ตามสาขาของธนาคารทั้งหมด 11 สาขาโดยกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 9 ตัวอย่าง หลังจากนั้นจะใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สุ่มตัวอย่างสาขาละ 9 ตัวอย่างและสุ่มจนครบตามจำนวน 100 ตัวอย่าง

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ดังนี้

### 3.1 โครงสร้างของแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังรายละเอียด

ต่อไปนี้เป็น

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ส่วนคำถามปลายเปิด ได้แก่ อายุ รายได้ โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน ภาระหนี้สินต่อครัวเรือน เงินออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน รูปแบบการออม การได้รับคำแนะนำและชักชวนในการซื้อประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านซื้อเป็นของตนเองและจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบระดับความคิดเห็น ได้แก่

1) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย แบบประกันที่ตรงตามความต้องการ แบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุม มีเงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจน และแบบประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่าย

2) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านราคา ประกอบด้วย มีเงินจ่ายคืนสม่ำเสมอ สามารถนำค่าเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีได้ มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมและมีเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก

3) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ มีสำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวกและบริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้า

4) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย มี Call Center สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา มีของสมนาคุณ, ของกำนัล มีการโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่และมีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ

แบบสอบถามในส่วนนี้มีลักษณะเป็นข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของไลเคิร์ต (Likert Scale) โดยที่แต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็นออกเป็น 5 โดยเกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าประเมิน
มีความคิดเห็นมากที่สุด	5
มีความคิดเห็นมาก	4
มีความคิดเห็นปานกลาง	3
มีความคิดเห็นน้อย	2
มีความคิดเห็นน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง ประกอบคำอธิบายเชิงเหตุผล ค่าสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่(Frequency) แสดงผลร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

### 3.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนจะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาชั้นคว่ำอิสระ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขและเลือกเฉพาะคำถามที่มีความตรงก่อนเก็บข้อมูลจริง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ โดยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง ซึ่งเป็นการทดสอบก่อน จำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการวิจัย จากนั้นจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อไป

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วย 2 ท่านช่วยในการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี สาขาละ 9 ตัวอย่าง จนครบจำนวน 100 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วคัดแยกประเภทให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายและสะดวกต่อการนำข้อมูลไปใช้ จากนั้นลงรหัสข้อมูล (Coding) คือ เป็นการเปลี่ยนสภาพ

ข้อมูลให้อยู่ในรูปที่สามารถนำไปวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการประมวลผลได้ จากนั้นจึงข้อมูลพิมพ์ข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์พร้อมทั้งดำเนินการตรวจแก้ไขข้อมูลก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูลออกมา

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลพิมพ์ข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์พร้อมทั้งดำเนินการตรวจแก้ไขข้อมูลเรียบร้อยแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อคำนวณค่าสถิติ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนคือการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

**5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)** โดยใช้ “การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ”(Multiple Regression Analysis) สำหรับประมาณสมการอุปสงค์การถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย โดยมีตัวแปรตาม คือ ปริมาณความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตและตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุพนักงาน รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน ภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนและการออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวสามารถแสดงความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q = f(\text{AGE}, \text{INCOME}, \text{DEBIT}, \text{SAVE})$$

โดยกำหนดให้

- Q = ปริมาณความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิต(ทุนประกัน)มีหน่วยเป็นบาท
- AGE = อายุของพนักงาน มีหน่วยเป็นปี
- INCOME = รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน มีหน่วยเป็นบาทต่อครัวเรือนต่อเดือน
- DEBIT = ภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน มีหน่วยเป็นบาทต่อครัวเรือนต่อเดือน
- SAVE = จำนวนเงินออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนมีหน่วยเป็นบาทต่อครัวเรือนต่อเดือน

จากฟังก์ชันดังกล่าวสามารถกำหนดเป็นแบบจำลองทั่วไปเพื่อแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Q = \beta_0 + \beta_1 \text{AGE} + \beta_2 \text{INCOME} + \beta_3 \text{DEBIT} + \beta_4 \text{SAVE} \dots\dots\dots(3.1)$$

โดยที่  $\beta_0$  เป็นค่าคงที่ ส่วน  $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  และ  $\beta_4$  เป็นค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ คือ อายุ พนักงาน รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน ภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนและการออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน ตามลำดับ

**5.1.1 การวัดค่าตัวแปร** ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้กำหนดรายละเอียดเพื่อทำการวัดค่าตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ไว้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตัวแปร สัญลักษณ์ คำจำกัดความ หน่วยการวัด ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	สัญลักษณ์	คำจำกัดความ	หน่วยการวัด	ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
<b>ตัวแปรตาม</b>				
ปริมาณความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิต	Q	ปริมาณความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี (ทุนประกัน)	บาท	
<b>ตัวแปรอิสระ</b>				
1. อายุ	AGE	อายุของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี	ปี	+
2. รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	INCOME	รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี	บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน	+
3. ภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	DEBIT	ภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี	บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน	-
4. จำนวนเงินออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน	SAVE	จำนวนเงินออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี	บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน	+



5.1.2 **ข้อกำหนดสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ** เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัว กับตัวแปรตาม การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณมีข้อกำหนดที่ต้องพิจารณา ดังนี้

- 1) พิจารณาคัดเลือกตัวแปรเข้าสู่สมการเพื่อให้สมการสามารถทำนายตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์ได้สูงสุดจะใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบ All Enter คือการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในระบบสมการพร้อมๆ กันทีเดียว ซึ่งถือว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม
- 2) ข้อมูลตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้จากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ
- 3) ตัวแปรอิสระทุกตัวจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองเพราะจะทำให้ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในค่าของตัวแปรอิสระตัวใด

4) ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 ต้องมีการแจกแจงแบบปกติ มีความแปรปรวนคงที่ และเป็นอิสระต่อกัน (ไม่เกิด Autocorrelation)

การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติช่วยในการประมวลผล ซึ่งการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่าต่าง ๆ ทางสถิติดังต่อไปนี้

1) ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนดพหุคูณ (R-Square :  $R^2$ ) เป็นค่าที่บอกให้ทราบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่กำหนดในสมการถดถอยพหุคูณนั้น จะสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งค่า  $R^2$  จะอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยค่า  $R^2$  ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าใด หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้มากเท่านั้น

2) ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนดพหุคูณที่ปรับแล้ว ( Adjusted -  $R^2$  ) เป็นค่าที่ใช้ในการอธิบายว่าสมการที่สร้างนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลเพียงใด โดยค่า Adjusted  $R^2$  จะใช้ในการอธิบายค่าตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามได้ในรูปแบบของร้อยละ หากผลที่ได้มีค่าเข้าใกล้ร้อยละ 100 มากเท่าใด ก็แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายค่าของตัวแปรตามได้มากเท่านั้น เพื่อให้เกิดความแม่นยำยิ่งขึ้นเพราะได้นำองศาแห่งความเป็นอิสระมาพิจารณาด้วย เนื่องจากการเพิ่มตัวแปรเข้าไปในสมการถดถอย แม้ว่าตัวแปรอิสระนั้นจะมีได้มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามก็ตาม อาจส่งผลให้ค่า  $R^2$  สูงขึ้นได้

3) ค่า F- Statistics และค่า t - Statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุผลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการ ในเมื่อค่า F และค่า t

มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวสามารถนำมาอธิบายตัวแปรตามได้ ซึ่งจะเป็นตัวแปรใดนั้นสามารถจะพิจารณาได้จากค่า F และค่า t จะต้องมีระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 ขึ้นไป โดยหากค่า F และค่า t ที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่ามากกว่าค่า F และค่า t ที่ได้จากการแสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นสามารถใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดี

4) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance :Sig.) นอกจากการพิจารณาค่า F แล้วเรายังสามารถพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระได้จากค่า Sig. ของค่า F ได้ โดยการกำหนดระดับของนัยสำคัญทางสถิติเอาไว้ ซึ่งโดยทั่วไปจะเท่ากับ 0.01 หรือ 0.05 แล้วพิจารณาว่าค่า Sig. ของค่า F ที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่าไม่เกินค่า Sig. ที่กำหนดไว้หรือไม่ หากเป็นกรณีค่า Sig. ของค่า F ที่ได้มีค่าไม่เกินค่าที่กำหนด แสดงว่าสมการที่สร้างขึ้นสามารถนำมาใช้พยากรณ์ได้ดี

5) ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) โดยจะใช้เกณฑ์ตรวจสอบว่า ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (เกิด Multicollinearity)

6) ค่า Durbin – Watson เป็นค่าที่ใช้ทดสอบว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นมีปัญหาตัวคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันหรือไม่เพราะถ้ามีปัญหาแต่ยังคงใช้ OLS (Ordinary Least Square) วิเคราะห์การถดถอย โดยไม่มีการแก้ไขก่อนจะมีผลทำให้เกิดปัญหาดังนี้ คือ

- (1) ตัวประมาณค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมีคุณสมบัติไม่เอนเอียงแต่ความแปรปรวนไม่เป็นค่าต่ำสุด
- (2) ค่าความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนไม่เป็นค่าต่ำสุด
- (3) ค่าพยากรณ์ที่ได้ไม่เป็นค่าที่มีประสิทธิภาพ
- (4) การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติอาจให้ผลไม่ถูกต้อง

ค่า Durbin - Watson มีหลักเกณฑ์ในการทดสอบดังนี้

ก. การทดสอบว่ามีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวกคือ

$$\rho > 0$$

ก) ถ้า d ที่คำนวณ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ  $du$

(d.f. = n-k) ก็ยอมรับสมมติฐานว่าง ที่ว่า  $\rho = 0$  นั่นคือยอมรับว่าไม่มีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

ข) ถ้า d ที่คำนวณ มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ  $dl$  ก็ปฏิเสธ

สมมติฐานว่าง ที่ว่า  $\rho = 0$  นั่นคือยอมรับว่ามีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นในข้อมูล

ค) ถ้า  $d$  ที่คำนวณ อยู่ระหว่างค่า  $d_l$  และ  $d_u$  การทดสอบนี้ไม่สามารถสรุปผลใด หนึ่งคือไม่แน่ว่าจะมีหรือไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนข้อมูล

ข. การทดสอบว่ามีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบลบคือ

$$\rho < 0$$

ก) ถ้า  $d > d_l$  หรือ  $d < 4 - d_u$  แสดงว่าค่าความ

คลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันนั่นคือยอมรับสมมติฐานว่าง ที่ว่า  $\rho = 0$

ข) ถ้า  $d < d_l$  หรือ  $d > 4 - d_l$  แสดงว่ามีปัญหาค่าความ

คลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันดังนั้นเราต้องปฏิเสธสมมติฐานว่าง ที่ว่า  $\rho = 0$

ค) ถ้า  $d_l < d < d_u$  หรือ  $4 - d_u < d < 4 - d_l$  แสดงว่าไม่

สามารถสรุปผลการทดสอบได้

**5.2 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้**

**5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง** ในแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นการนำเอาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รวบรวมมาทำการจัดระเบียบข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ค่าสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่(Frequency) แสดงผลร้อยละ (Percentage)

**5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี** ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ได้นำมาทำการจัดระเบียบข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ตามระดับความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ความคิดเห็นมาก ความคิดเห็นปานกลาง ความคิดเห็นน้อยและความคิดเห็นน้อยที่สุด โดยค่าสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่(Frequency) และร้อยละ(Percentage)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาอุปสงค์ของการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่ทำประกันชีวิตทั้งหมด โดยการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรีและส่วนที่สามเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ในแต่ละส่วนมีดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน ภาระหนี้สินต่อครัวเรือน เงินออมโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน รูปแบบการออม การได้รับคำแนะนำและชักชวนในการซื้อประกันชีวิต จำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านซื้อเป็นของตนเอง และจำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว

##### 4.1.1 เพศ

เมื่อพิจารณาถึงเพศของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย พบว่า เป็นเพศชาย 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 เป็นและเพศหญิง 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ชาย	12	12
หญิง	88	88
รวม	100	100

#### 4.1.2 อายุ

เมื่อพิจารณาถึงอายุของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี คือ มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 อายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 18 และอายุ 51 - 60ปี คิดเป็นร้อยละ 12 ส่วนอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจะมีอายุเฉลี่ย 38 ปี ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
20-30 ปี	18	18
31-40 ปี	37	37
41-50 ปี	33	33
51-60 ปี	12	12
รวม	100	100
อายุเฉลี่ย	38 ปี	

#### 4.1.3 สถานภาพ

เมื่อพิจารณาสถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพการสมรส คือ มีจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือสถานภาพโสด มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 สถานภาพหย่าร้าง มีจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 และสถานภาพหม้าย มีจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 8 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	26	26
สมรส	48	48
หม้าย	8	18
หย่าร้าง	18	18
รวม	100	100

#### 4.1.4 ระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมาคือการศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 และการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
อนุปริญญา / ปวส.	5	5
ปริญญาตรี	83	83
ปริญญาโท	12	12
ปริญญาเอก	0	0
รวม	100	100

#### 4.1.5 ตำแหน่ง

เมื่อพิจารณาถึงระดับตำแหน่งหน้าที่การงานของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งชนกร มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือตำแหน่งเจ้าหน้าที่สินเชื่อบริษัท มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 ตำแหน่งผู้ช่วยสมุหบัญชี มีจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 12 ตำแหน่งผู้จัดการสาขา มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11 ตำแหน่งสมุหบัญชี มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 และตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการสาขามีจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 8 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ผู้จัดการสาขา	11	11
ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา	8	8
สมุหบัญชี	10	10
ผู้ช่วยสมุหบัญชี	12	12
เจ้าหน้าที่สินเชื่อ	15	15
ชนกร	44	44
รวม	100	100

#### 4.1.6 รายได้

เมื่อพิจารณาถึงระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือมีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 28 รายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 รายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 8 และมีรายได้ 50,001-60,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 หรือ รายได้โดยเฉลี่ยเท่ากับ 35,500.00 บาท ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
10,000-20,000	17	17
20,001-30,000	28	28
30,001-40,000	32	32
40,001-50,000	10	10
50,001-60,000	5	5
60,001 ขึ้นไป	8	8
รวม	100	100
รายได้เฉลี่ย	35,500.00 บาท	

#### 4.1.7 ภาระหนี้สิน

เมื่อพิจารณาถึงภาระหนี้สินของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า ส่วนใหญ่พนักงาน มีหนี้สิน 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 หนี้สิน 300,001-500,000 บาท มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 หนี้สิน 100,001-300,000 บาท มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 หนี้สิน 50,001-100,000 บาท มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 และหนี้สิน ต่ำกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2 หรือภาระหนี้สินโดยเฉลี่ยเท่ากับ 610,000 บาท ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามภาระหนี้สิน

ภาระหนี้สิน (บาท/เดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000	2	2
50,001-100,000	17	17
100,001-300,000	20	20
300,001-500,000	22	22
500,001-1,000,000	25	25
1,000,001 ขึ้นไป	14	14
รวม	100	100
ภาระหนี้สินเฉลี่ย	610,000.00 บาท	

#### 4.1.8 จำนวนเงินออม

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนเงินออมของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีเงินออม มากในช่วง 300,001-500,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ มีเงินออม 500,001-1,000,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 19 เงินออม 100,001-300,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 เงินออม ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 เงินออม 1,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 13 และมีเงินออม 50,001-100,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 หรือเงินออม โดยเฉลี่ยเท่ากับ 310,000.00 บาทดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินออม

จำนวนเงินออม (บาท)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000	15	15
50,001-100,000	10	10
100,001-300,000	17	17
300,001-500,000	26	26
500,001-1,000,000	19	19
1,000,000 ขึ้นไป	13	13
รวม	100	100
เงินออมโดยเฉลี่ย	310,000.00 บาท	



#### 4.1.9 รูปแบบการออมเงิน

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการออมของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า พนักงานทั้งหมดออมเงินทั้งในรูปแบบการฝากเงินในสถาบันการเงินและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รองลงมาคือ ในรูปแบบสหกรณ์ออมทรัพย์ ธนาคารนครหลวงไทย จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 87 และน้อยที่สุดคือในรูปแบบการลงทุนในหุ้น/หน่วยลงทุนในกองทุนรวมจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการออมเงิน

รูปแบบการออมเงิน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ฝากในสถาบันการเงิน	100	100
หุ้น/หน่วยลงทุนในกองทุนรวม	34	34
สลากออมสิน	42	42
สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารนครหลวงไทย	87	87
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	100	100

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

#### 4.1.10 การได้รับคำแนะนำและชักชวนในการทำประกันชีวิต

พิจารณาถึงการได้รับคำแนะนำและชักชวนในการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตตามคำแนะนำของตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 98 รองลงมาคือ คนในครอบครัว จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 86 เพื่อนสนิท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 และญาติสนิท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการได้รับคำแนะนำและชักชวนในการทำประกันชีวิต

การได้รับคำแนะนำและชักชวนในการทำประกันชีวิต	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ตัวแทน/นายหน้าประกันชีวิต	98	98
คนในครอบครัว	86	86
ญาติสนิท	30	30
เพื่อนสนิท	42	42

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

#### 4.1.11 จำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของตนเอง

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิต 100 ราย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของตนเอง 1 กรรมธรรม์ มีจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 65 มี 2 กรรมธรรม์ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 มี 3 กรรมธรรม์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 9 และมี 4 กรรมธรรม์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6 หรือกรรมธรรม์โดยเฉลี่ยที่ซื้อเป็นของตนเอง จำนวน 1 กรรมธรรม์ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อเป็นของตนเองจำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์

กรรมธรรม์	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1 กรรมธรรม์	65	65
2 กรรมธรรม์	30	30
3 กรรมธรรม์	9	9
4 กรรมธรรม์	6	6
รวม	100	100
กรรมธรรม์เฉลี่ยที่ซื้อเป็นของตนเอง		1 กรรมธรรม์

#### 1) รูปแบบกรรมธรรม์ของผู้เอาประกันที่ซื้อเป็นของตนเอง

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของตนเองจากกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย จำนวนทั้งหมด 176 กรรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 87 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 49.43 รองลงมาคือ ทำประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ จำนวน 38 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 21.59 ทำประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา จำนวน 35 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 19.89 และทำประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จำนวน 16 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 9.09 ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อเป็นของตนเองจำแนกตามแบบประกันชีวิต

แบบประกัน	จำนวน(กรรมธรรม์)	ร้อยละ
แบบสะสมทรัพย์	87	49.43
แบบตลอดชีพ	16	9.09
แบบชั่วระยะเวลา	35	19.89
แบบเงินได้ประจำ	38	21.59
รวม	176	100

2) **วงเงินเอาประกันชีวิตของผู้เอาประกันที่ซื้อเป็นของตนเอง**

เมื่อพิจารณาถึงวงเงินเอาประกันที่ซื้อประกันเป็นของตนเองจากกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย จำนวนทั้งหมด 176 กรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่มีวงเงินเอาประกัน 100,000 – 300,000 บาท จำนวน 77 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือวงเงินเอาประกัน 300,001 – 500,000 บาท จำนวน 37 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 21.02 วงเงินเอาประกัน 500,001 – 700,000 บาท จำนวน 34 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 19.32 วงเงินเอาประกัน 700,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 24 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 13.64 และวงเงินเอาประกัน 1,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 4 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 2.27 หรือวงเงินเอาประกัน โดยเฉลี่ยที่ซื้อเป็นของตนเองเท่ากับ 350,000.00 บาท ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อเป็นของตนเองจำแนกตามวงเงินเอาประกัน

วงเงินเอาประกัน(บาท)	จำนวน(กรมธรรม์)	ร้อยละ
100,000 – 300,000	77	43.75
300,001 – 500,000	37	21.02
500,001 – 700,000	34	19.32
700,001 – 1,000,000	24	13.64
1,000,001 ขึ้นไป	4	2.27
รวม	176	100
วงเงินเอาประกัน โดยเฉลี่ยที่ซื้อเป็นของตนเอง		350,000.00 บาท

4.1.12 **จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว**

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อประกันชีวิตให้กับสมาชิกในครอบครัว จากกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย พบว่า พนักงานซื้อประกันชีวิตให้กับสมาชิกในครอบครัว มี 1 กรมธรรม์ มีจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 มี 2 กรมธรรม์ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 16 มี 3 กรมธรรม์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 9 และมี 4 กรมธรรม์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 หรือกรมธรรม์โดยเฉลี่ยที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจำนวน 1 กรมธรรม์ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์

กรมธรรม์	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1 กรมธรรม์	75	75
2 กรมธรรม์	16	16
3 กรมธรรม์	8	8
4 กรมธรรม์	1	1
รวม	100	100
กรมธรรม์โดยเฉลี่ยที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว		กรมธรรม์

1) รูปแบบกรมธรรม์ของผู้เอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจากกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย จำนวนทั้งหมด 135 กรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จำนวน 57 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 42.22 รองลงมาคือ ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 31 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 22.96 ทำประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา จำนวน 25 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 18.52 และทำประกันเงินได้ประจำ จำนวน 22 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 16.30 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจำแนกตามแบบประกันชีวิต

แบบประกัน	จำนวน(กรมธรรม์)	ร้อยละ
แบบสะสมทรัพย์	31	22.96
แบบตลอดชีพ	57	42.22
แบบชั่วระยะเวลา	25	18.52
แบบเงินได้ประจำ	22	16.30
รวม	135	100

## 2) วงเงินเอาประกันของผู้เอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว

เมื่อพิจารณาถึงวงเงินเอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว 100 ราย จำนวนทั้งหมด 135 กรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่มีวงเงินเอาประกัน 700,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 44 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมาคือวงเงินเอาประกัน 500,001 – 700,000 บาท จำนวน 32 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 23.70 วงเงินเอาประกัน 300,001 – 500,000 บาท จำนวน 21 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 15.56 วงเงินเอาประกัน 100,000 – 300,000 บาท จำนวน 20 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 14.81 และ วงเงินเอาประกัน 1,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 18 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 13.33 หรือวงเงินเอาประกันชีวิตโดยเฉลี่ยที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว 660,000.00 บาท ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 จำนวนตัวอย่างของผู้เอาประกันที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจำแนกตามวงเงินเอาประกัน

แบบประกัน(บาท)	จำนวน(กรมธรรม์)	ร้อยละ
100,000 – 300,000	20	14.81
300,001 – 500,000	21	15.56
500,001 – 700,000	32	23.70
700,001 – 1,000,000	44	32.60
1,000,000 ขึ้นไป	18	13.33
รวม	135	100
วงเงินเอาประกันชีวิตโดยเฉลี่ยที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว		660,000.00 บาท

## 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการประมาณการรูปแบบสมการที่เหมาะสมของปริมาณความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อแสดงถึงปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

จากฟังก์ชันอุปสงค์ที่แสดงไว้ในบทที่ 3 และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่างนำมาสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางเศรษฐกิจมิติมาช่วยในการประมวลผล ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.17 และสมการถดถอยพหุคูณสมการที่ 4.1

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

ตัวแปร	$\beta$	S. E	t	Sig. t	VIF
(Constant)	22093.570	2168.022	11.448	0.0130	
AGE	35.740	2162.542	0.442	0.6360 <sup>NS</sup>	1.269
INCOME	0.037	1.090	11.135	0.0025*	3.691
DEBIT	-0.058	0.027	-10.452	0.0014*	3.061
SAVE	85.035	2109.240	1.778	0.4308 <sup>NS</sup>	1.004
R Square		0.824			
Adjusted R Square		0.825			
F-Stat		156.666 ; Sig = 0.0016			
Std. Error of the Estimate		5171.013835; Durbin -Watson = 1.659			

หมายเหตุ

$\beta$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนดิบหรือค่าจริง

(Unstandardized Coefficients)

S.E. คือ ค่าประมาณของค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error) ของสัมประสิทธิ์ การถดถอยสำหรับแต่ละตัวแปร

t คือ ค่าทางสถิติ t

Sig.t คือ ค่านัยสำคัญทางสถิติ t

VIF (Variance Inflation Factor) คือ ค่าที่ใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์กันของชุดตัวแปร

อิสระ

<sup>NS</sup> ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha = 0.01$

$$Q = 22093.570 + 35.740 \text{ AGE} + 0.037 \text{ INCOME} - 0.058 \text{ DEBIT} + 85.035 \text{ SAVE} \dots \dots \dots (4.1)$$

$$R^2 = 0.824 \quad \text{Adjusted R Square} = 0.825 \quad \text{Durbin-Watson} = 1.659$$

$$\text{Std. Error of the Estimate} = 2171.013835$$

$$\text{F-Stat} = 156.666 \quad \text{Sig. F (P-Value)} = 0.0016$$

จากการวิเคราะห์จากสมการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS) จะได้สมการ 4.1 โดยมีค่า R-square มีค่าเท่ากับ 0.824 และเมื่อทำการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกันในสมการ โดยพิจารณาจากค่า Sig. F เทียบกับค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดขึ้น คือ  $\alpha = 0.01$  พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.0016 ซึ่งเป็นค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ไม่สามารถบอกได้ว่ามีตัวแปรใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบต่อไป โดยใช้การทดสอบทางสถิติ t ในที่นี้จะพิจารณาจากค่า Sig. t เทียบกับค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดขึ้น คือ  $\alpha = 0.01$

เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. t พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน (Income) และภาระหนี้สิน (Debit) เนื่องจากมีค่า Sig. t น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ อายุ (Age) และเงินออม (SAVE) เนื่องจากมีค่า Sig. t มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งมีเกณฑ์ตรวจสอบว่าค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (เกิด Multicollinearity) จากการวิเคราะห์จะพบว่าค่า VIF ที่สูงสุด 3.691 ซึ่งไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันหรือ ไม่เกิด Multicollinearity

พิจารณาค่า Durbin – Watson พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.659 ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าวิกฤตที่ได้จากตารางทางสถิติ Durbin-Watson ที่จำนวนข้อมูลเท่ากับ 100 และจำนวนตัวแปรอิสระเท่ากับ 4 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวก พบว่า มีค่ามากกว่าค่า  $d_u$  แสดงว่าสมการที่ 4.1 ไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวก แต่เมื่อทำการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบลบ พบว่า ตกอยู่ในเขต  $d > d_l$  หรือ  $d \leq 4 - d_u$  แสดงว่าสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันแบบลบ

แต่สมการที่ 4.1 นั้นยังไม่สามารถอธิบายความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตได้ดี เนื่องจากยังมีตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญอยู่ในสมการนั้นคือตัวแปรอายุ (AGE) และเงินออม (SAVE) ดังนั้นจึงตัดตัวแปรดังกล่าวออกทีละตัวแปร โดยตัดตัวแปรอายุ (AGE) ออกก่อนจะได้สมการใหม่ขึ้นมา

ในการปรับปรุงสมการถดถอยพหุคูณให้ได้รูปแบบสมการที่เหมาะสมนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรเข้าสู่สมการเพื่อให้สมการสามารถทำนายตัวแปรอิสระได้สูงสุดจะใช้การวิเคราะห์แบบขั้นตอน (Stepwise) พร้อมทั้งตรวจสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าสถิติ F และค่าสถิติ t ทำให้ได้สมการที่เหมาะสมในการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามในสมการถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในสมการที่ 4.2

$$Q = 21507.074 + 0.0120 \text{ INCOME} - 0.0156 \text{ DEBIT} + 22.329 \text{ SAVE} \dots (4.2)$$

(0.001)\*      (0.0029)\*      (0.0023)\*      (0.435)

$$R^2 = 0.862 \quad \text{Adjusted R Square} = 0.823 \quad \text{Durbin - Watson} = 1.654$$

$$\text{Std. Error of the Estimate} = 3181.00955$$

$$\text{F-Stat} = 142.829 \quad \text{Sig. F (P-Value)} = 0.0011$$

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บคือ ค่า Sig. t

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมการที่ 4.2 เป็นสมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ รายได้ และภาระหนี้สิน โดยตัวแปรอิสระดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดีโดยมีค่า R-square มีค่าเท่ากับ 0.862 แสดงว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 86.2 ค่าตัว Sig. F จำนวนได้เท่ากับ 0.0011 ซึ่งเป็นค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ไม่สามารถบอกได้ว่ามีตัวแปรใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบต่อไปโดยใช้การทดสอบทางสถิติ t ในที่นี้จะพิจารณาจากค่า Sig. t เทียบกับค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดขึ้น คือ  $\alpha = 0.01$

เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. t พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน (Income) และภาระหนี้สิน (Debit) เนื่องจากมีค่า Sig. t น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มี



อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ เงินออม (SAVE) เนื่องจากมีค่า Sig. t มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งมีเกณฑ์ตรวจสอบว่าค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (เกิด Multicollinearity) จากการวิเคราะห์จะพบว่าค่า VIF ที่สูงสุด 3.669 ซึ่งไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity

พิจารณาค่า Durbin – Watson พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.654 ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าวิกฤตที่ได้จากตารางทางสถิติ Durbin-Watson ที่จำนวนข้อมูลเท่ากับ 100 และจำนวนตัวแปรอิสระเท่ากับ 3 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวก พบว่า ตกอยู่ในเขต  $d > du$  ซึ่งแสดงว่าสมการที่ 4.2 ไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวก แต่เมื่อทำการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบลบ พบว่า ตกอยู่ในเขต  $d > dl$  หรือ  $d \leq 4 - du$  แสดงว่าสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันแบบลบ

สมการที่ 4.2 นั้นยังไม่สามารถอธิบายความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตได้ดี เนื่องจากยังมีตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญอยู่ในสมการนั้นคือ เงินออม (SAVE) ดังนั้นจึงตัดตัวแปรดังกล่าวออกและจะได้สมการใหม่ขึ้นมา

ในการปรับปรุงสมการถดถอยพหุคูณให้ได้รูปแบบสมการที่เหมาะสมนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรเข้าสู่สมการเพื่อให้สมการสามารถทำนายตัวแปรตามได้สูงสุดจะใช้วิเคราะห์แบบขั้นตอน (Stepwise) พร้อมทั้งตรวจสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าสถิติ F และค่าสถิติ t ทำให้ได้สมการที่เหมาะสมในการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามดังแสดงใน สมการถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในสมการที่ 4.3

$$Q = 37467.280 + 0.0072 \text{ INCOME} - 0.0068 \text{ DEBIT} \dots\dots\dots (4.3)$$

(0.0042)\* (0.0037)\* (0.0013)\*

$$R^2 = 0.815 \quad \text{Adjusted R Square} = 0.849 \quad \text{Durbin – Watson} = 1.656$$

$$\text{Std. Error of the Estimate} = 1041.011585$$

$$\text{F-Stat} = 159.546 \quad \text{Sig. F (P-Value)} = 0.0015$$

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บคือ ค่า Sig. t

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมการที่ 4.2 เป็นสมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ รายได้ และภาระหนี้สิน โดยตัวแปรอิสระดังกล่าวสามารถอธิบายความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 81.50 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 18.50 เป็นปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี

ค่าตัว Sig. F คำนวณได้เท่ากับ 0.0015 ซึ่งเป็นค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ไม่สามารถบอกได้ว่ามีตัวแปรใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบต่อไปโดยใช้การทดสอบทางสถิติ t ในที่นี้จะพิจารณาจากค่า Sig. t เทียบกับค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดขึ้นคือ  $\alpha = 0.01$

เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. t พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ รายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือน (Income) และภาระหนี้สิน (Debit) เนื่องจากมีค่า Sig. t น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งมีเกณฑ์ตรวจสอบว่าค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (เกิด Multicollinearity) จากการวิเคราะห์จะพบว่าค่า VIF ที่สูงสุด 3.212 ซึ่งไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือ ไม่เกิด Multicollinearity

พิจารณาค่า Durbin – Watson พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.656 ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าวิกฤตที่ได้จากตารางทางสถิติ Durbin-Watson ที่จำนวนข้อมูลเท่ากับ 100 และจำนวนตัวแปรอิสระเท่ากับ 3 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวกพบว่าตกอยู่ในเขต  $d > du$  ซึ่งแสดงว่าสมการที่ 4.2 ไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบบวก แต่เมื่อทำการทดสอบการมีสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนแบบลบ พบว่า ตกอยู่ในเขต  $d > dl$  หรือ  $d \leq 4 - du$  แสดงว่าสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันแบบลบ

เมื่อตรวจสอบเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ พบว่า รายได้ (INCOME) ที่เป็นตัวแปรอิสระมีเครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งถูกต้องตามสมมติฐาน นั่นคือปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรรายได้ ส่วนภาระหนี้สิน (DEBT) มีเครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งถูกต้องตามสมมติฐาน นั่นคือ

ปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัวแปรสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ รายได้ (INCOME) และภาระหนี้สิน (DEBT) ส่วนปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย คือ อายุ (AGE) และจำนวนการออม (SAVE)

สำหรับการพิจารณาว่าปัจจัยต่างๆ มีอิทธิพลต่อความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี มากน้อยเพียงใดนั้นพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระซึ่งอธิบายผลแต่ละตัวแปรได้ดังนี้

รายได้ (INCOME) ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยรายได้ เท่ากับ 0.0072 แสดงให้เห็นว่า รายได้เปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 บาท โดยที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะมีผลทำให้ความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดลง 0.0072 บาท โดยสัมประสิทธิ์จะมีเครื่องหมายบวกตรงตามสมมติฐานว่าปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย

ภาระหนี้สิน (DEBIT) ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยภาระหนี้สินเท่ากับ - 0.0068 แสดงให้เห็นว่า ภาระหนี้สินเปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 บาท โดยที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะทำให้ความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไปลดลงหรือเพิ่มขึ้น 0.0068 บาท โดยค่าสัมประสิทธิ์จะมีเครื่องหมายลบตรงตามสมมติฐานว่าปริมาณความต้องการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทยในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงภาระหนี้สิน โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย

### 4.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ได้แบ่งระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามภายใต้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านราคา พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

#### 4.3.1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาถึง ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมี 4 ประเด็น จากตารางที่ 4.18 ปรากฏดังนี้

1) ปัจจัยด้าน *เงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจน* พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจนเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 60 รองลงมาคืออยู่ในระดับมากร้อยละ 26 และอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 14 ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้าน *แบบประกันที่ตรงตามความต้องการ* พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แบบประกันที่ตรงตามความต้องการเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 65 รองลงมาคืออยู่ในระดับมากร้อยละ 30 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 5 ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้าน *แบบประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่าย* พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แบบประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่ายเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 56 รองลงมาคืออยู่ในระดับมากร้อยละ 25 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 19 ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้าน *แบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุม* พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุมเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 56 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 40 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ร้อยละของระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระดับของความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจน	60 (60%)	26 (26%)	14 (14%)	0 (0%)	0 (0%)
2. มีเป็นแบบประกันที่ตรงตามความต้องการ	65 (65%)	30 (30%)	5 (5%)	0 (0%)	0 (0%)
3. แบบประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่าย	56 (56%)	25 (25%)	19 (19%)	0 (0%)	0 (0%)
4. แบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุม	56 (56%)	40 (40%)	4 (4%)	0 (0%)	0 (0%)

#### 4.2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านราคา

เมื่อพิจารณาถึง ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตด้านราคา สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมี 4 ประเด็น จากตารางที่ 4.19 ปรากฏดังนี้

1) ปัจจัยด้าน อัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 48 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 37 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 15 ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้าน การนำค่าเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การนำค่าเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีได้เป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 30 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 7 ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้าน เงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือก

มากได้เป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 42 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 38 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 20 ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้าน การมีเงินจ่ายคืนสมำเสมอ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การมีเงินจ่ายคืนสมำเสมอเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 66 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 30 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ร้อยละของระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระดับของความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม	48 (48%)	37 (37%)	15 (15%)	0 (0%)	0 (0%)
2. สามารถนำค่าเบี้ยประกันไปลดหย่อน ภาษีได้	63 (63%)	30 (30%)	7 (7%)	0 (0%)	0 (0%)
3. มีเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่า เบี้ยประกันให้เลือกมาก	42 (42%)	38 (38%)	20 (20%)	0 (0%)	0 (0%)
4. มีเงินจ่ายคืนสมำเสมอ	66 (66%)	30 (30%)	4 (4%)	0 (0%)	0 (0%)

#### 4.2.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อพิจารณาถึง ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมี 3 ประเด็น จากตารางที่ 4.20 ปรากฏดังนี้

1) ปัจจัยด้าน ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ เป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63 รองลงมาคือ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 27 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 10 ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้าน บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้าเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 56 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 23 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 21 ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้าน มีสำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวกเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 55 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 32 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ร้อยละของระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ กรมธรรม์ประกันชีวิต	ระดับของความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความ มั่นคงน่าเชื่อถือ	63 (63%)	27 (27%)	10 (10%)	0 (0%)	0 (0%)
2. บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียง สำหรับให้บริการลูกค้า	56 (56%)	23 (23%)	21 (21%)	0 (0%)	0 (0%)
3. มีสำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้า สามารถติดต่อสะดวก	55 (55%)	32 (32%)	13 (13%)	0 (0%)	0 (0%)

#### 4.2.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อพิจารณาถึง ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของพฤติกรรมตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นซึ่งมี 4 ประเด็น จากตารางที่ 4.21 ปรากฏดังนี้

1) ปัจจัยด้าน การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 61 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 29 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 10 ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้าน การโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มีการโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่เป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 39 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 36 และอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 25 ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้าน การมีศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การมีศูนย์ข้อมูลบริการทางโทรศัพท์ที่สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลาเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มากที่สุด ร้อยละ 82 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 18 ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้าน การมีของสมนาคุณและของกำนัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การมีของสมนาคุณ,ของกำนัลเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 77 รองลงมาคืออยู่ในระดับมาก ร้อยละ 23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ร้อยละของระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ กรมธรรม์ประกันชีวิต	ระดับของความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ	61 (61%)	29 (29%)	10 (10%)	0 (0%)	0 (0%)
2. การโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่	39 (39%)	36 (36%)	25 (25%)	0 (0%)	0 (0%)
3. มีศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่ สอบถามข้อมูล ได้ตลอดเวลา	82 (82%)	18 (18%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
4. มีของสมนาคุณและของกำนัล	77 (77%)	23 (23%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)



#### 4.4 ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง มีผู้ที่ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 11 ราย คิดเป็น ร้อยละ 11 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ถึงความสำคัญของการซื้อประกันชีวิต โดยเห็นว่าเป็นการวางแผนทางการเงินในอนาคต ซึ่งเป็นหลักประกันที่มั่นคงสำหรับตนเองและครอบครัวเมื่อเจ็บป่วยสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ และยังสามารถได้รับเงินปันผลรายปีโดยไม่ได้มีความคิดว่าการซื้อประกันชีวิตเป็นภาระหรือเป็นรายจ่ายที่ไม่จำเป็นอีกต่อไป ดังนั้น ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือการเสนอขายผลิตภัณฑ์ จึงควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าเข้าใจถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงินในอนาคต

2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ชอบให้พนักงานตามตื้อลูกค้า ดังนั้น จึงควรให้จัดอบรมให้พนักงานมีความรู้และทักษะการขาย โดยสอบถามหรือค้นหาความต้องการของลูกค้าก่อน แล้วจึงนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยไม่ขัดเยียดการขาย

3. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการได้รับการบริการอย่างรวดเร็วในเรื่องต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาในการจัดการปัญหา การเคลมประกันและต้องการให้มีการติดตามลูกค้าหลังการขาย ดังนั้น จึงควรเพิ่มศูนย์ดูแลและบริการลูกค้าโดยเฉพาะ ซึ่งอาจแบ่งแยกเป็นส่วนงานระหว่างงานบริการข้อมูลให้กับพนักงานขายและงานบริการข้อมูลให้กับลูกค้า ซึ่งจะสามารถทำให้การบริการข้อมูลลูกค้ารวดเร็วขึ้น

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ โดยเล็งเห็นว่าธนาคารมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อแต่พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ไม่ดีพอ ดังนั้นจึงเป็นข้อได้เปรียบของธนาคารพาณิชย์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต แต่ควรฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ผลิตภัณฑ์ที่ดี เพื่อไม่ให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการซื้อประกันผ่านธนาคาร

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยเรื่อง อุปสงค์ของการถือกรมธรรม์ประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษา

1.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

1.1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี

##### 1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 ตัวอย่าง และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

##### 1.3 ผลการวิจัย

###### 1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 88 และเพศชาย ร้อยละ 12 อายุโดยเฉลี่ย 38 ปี สถานภาพส่วนใหญ่สมรสมากที่สุดร้อยละ 48 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 83 ส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งธนกร ร้อยละ 44 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน 35,500.00 บาท มีภาระหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน 610,000 บาท มีเงินออมเฉลี่ยต่อครัวเรือน 310,000 บาท ส่วนใหญ่ออมในรูปแบบฝากในสถาบันการเงิน การตัดสินใจทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำจากตัวแทน/นายหน้าประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อเป็นของตนเองส่วนใหญ่จะซื้อ

จำนวน 1 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 65 ซึ่งในรูปแบบแบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 87 วงเงินเอาประกัน โดยเฉลี่ย 350,000.00 บาท ส่วนจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัว ส่วนใหญ่จะซื้อจำนวน 1 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 75 ซึ่งในรูปแบบแบบตลอดชีพ ร้อยละ 57 วงเงินเอาประกัน โดยเฉลี่ย 660,000.00 บาท

### 1.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยรายได้ (INCOME) และปัจจัยภาระหนี้สิน (DEBIT) ซึ่งสมการที่เหมาะสมที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ  $Q = 37467.280 + 0.0072 \text{ INCOME} - 0.0068 \text{ DEBIT}$  นั่นคือ ปริมาณความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยรายได้และเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยภาระหนี้สิน หมายความว่า รายได้ (INCOME) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 บาท ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง 0.0072 บาทและเมื่อปัจจัยภาระหนี้สิน (DEBIT) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 บาท โดยที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงเปลี่ยนแปลงลดลงหรือเพิ่มขึ้น 0.0068 บาท

### 1.3.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นผลจากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยแบ่งตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านราคา (PRICE) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (PLACE) และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION) ซึ่งผลการวิจัยนี้สรุปได้ว่า

#### 1) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ (PRICE)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 80 มีความคิดเห็นในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ แบบประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่าย เงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจน แบบประกันที่ตรงตามความต้องการและแบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุม

## 2) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านราคา (PRICE)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 80 มีความคิดเห็นในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ เงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม เงินจ่ายคืนสม่าเสมอและเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันมีให้เลือกมาก

## 3) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

(PLACE) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 80 มีความคิดเห็นในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือและมีสำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวก

## 4) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด

(PROMOTION) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 80 มีความคิดเห็นในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ มีศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา มีของสมนาคุณ/ของกำนัลและการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ

## 2. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่น่า มาอภิปราย ดังนี้

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่

2.1.1 รายได้ (INCOME) รายได้มีอิทธิพลต่อความต้องการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งถ้ารายได้เพิ่มขึ้นหรือลดลง จะมีผลทำให้ความต้องการทำประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน รายได้จึงเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างหลักประกันให้กับบุคคลในครอบครัวจากการซื้อประกัน ดังนั้นรายได้ จึงเป็นพื้นฐานที่บุคคลทั่วไปเก็บไว้เป็นส่วนหนึ่งเพื่อสร้างหลักประกันชีวิต ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่ามีคนที่มียาได้น้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านรายได้มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ และกาญจนา ศรีหมอก (2549) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านรายได้มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท

**2.1.2 ภาระหนี้สิน(DEBIT)** ภาระหนี้สินมีอิทธิพลต่อความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ผู้ที่มีภาระหนี้สินมากขึ้นแนวโน้มจะทำให้ประกันชีวิตลดลงหรือถ้ามีภาระหนี้สินเพิ่มมากขึ้นแนวโน้มก็จะทำให้ประกันชีวิตลดลง เนื่องจากผู้ที่มีภาระหนี้สินมากย่อมรายจ่ายเพื่อมากขึ้นจึงไม่มีเงินพอที่จะซื้อประกันชีวิต เพราะต้องนำเงินมาชำระหนี้สินแทน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ปาลี (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านภาระหนี้สินมีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ กาญจนา ศรีหมอก (2549) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านภาระหนี้สินมีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท

**2.1.3 อายุ(AGE)** อายุไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี ความแตกต่างด้านอายุของพนักงานทำให้การได้รับรายได้ต่างกันบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำและจะมีรายได้สูงเมื่ออายุมากขึ้น ซึ่งทำให้มีการบริโภคของแต่ละคนไม่เหมือนกันจึงทำให้ ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาทำให้อายุไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านอายุไม่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท

**2.1.4 เงินออม (SAVE)** การออมไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการถือกรรมกรรมประกันชีวิตของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย ในจังหวัดนนทบุรี การมีเงินออมมากก็จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตมากกว่าผู้ที่ขาดเงินออมเพราะกลุ่มตัวอย่างจะเห็นว่าตนเองมีเงินออมก็จะสามารถใช้จ่ายยามฉุกเฉินแล้วมีเงินเหลือทำประกันชีวิตได้ ในช่วงเริ่มต้นบุคคลจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภคทำให้ต้องก่อหนี้ ต่อมาช่วงกลางเริ่มมีรายได้มากขึ้นหรือกำลังสร้างตัวก็สามารถใช้หนี้ได้ และสามารถสะสมเงินไว้ใช้ช่วงปลายได้ คือการออม ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาทำให้การออมไม่มีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา ศรีหมอก (2549) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านการออมไม่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท

**2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรี**

**2.2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)** พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ แบบประกันที่ตรงตามความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต ภิญโญ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือก ใช้บริการประกันกับบริษัท ไทยพาณิชย์ นีวอร์ค โกล์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) เนื่องมาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แบบประกันที่ตรงตามความต้องการ

ความมั่นคงสถานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต แบบประกันที่ตรงตามความต้องการมีหลากหลาย ศึกษาแล้วเข้าใจง่าย ชื่อเสียงประวัติการทำงานของบริษัท การให้ความคุ้มครองทั่วถึง เงื่อนไขของกรมธรรม์มีความชัดเจนในการจ่ายสินไหม

**2.2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านราคา (PRICE)** พบว่า ด้านราคามีผลทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ มีเงินจ่ายคืนสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต ภิญญา (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการประกันกับบริษัท ไทยพาณิชย์ นีวอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) เนื่องมาจากปัจจัยด้านราคาได้แก่ ปัจจัยด้านอัตราเงินปันผลจ่ายคืนเมื่อครบกำหนดที่สม่ำเสมอ ปัจจัยด้านอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม มีบริการสินเชื่อทางการเงิน มีสัญญาเพิ่มเติมที่ให้ผลประโยชน์มากกว่า ค่าเบี้ยประกันลดหย่อนภาษีได้ เลือกวงเงินประกันได้ตามฐานะการเงินและเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก

**2.2.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (PLACE)** พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ธนาकारที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกฤต ภิญญา (2548) ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการประกันกับ บริษัท ไทยพาณิชย์นีวอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เนื่องมาจาก ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ ธนาकारที่เป็นช่องทางจำหน่ายพนักงานธนาकारมีความน่าเชื่อถือพนักงานตัวแทนบริษัทมีความเป็นมืออาชีพ บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้า มีสำนักงานตัวแทนที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวก พนักงานมีความรู้ด้านประกัน วิธีการชำระค่าเบี้ยประกันให้ลูกค้าเลือกหลายวิธี ปัจจัยการมีความคุ้นเคยกับพนักงานธนาकार และมีความคุ้นเคยกับพนักงานตัวแทนบริษัท

**2.2.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)** พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ มีศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต ภิญญา (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการประกันกับบริษัท ไทยพาณิชย์ นีวอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) เนื่องมาจากปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ มี Call Center สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา มีของกำนัลและโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่ การโฆษณาสื่อทางโทรทัศน์/วิทยุ

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลของการวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลของการวิจัยไปใช้

3.1.1 จากผลการวิจัยในส่วนของข้อมูลโดยทั่วไปนั้น ภาคธุรกิจประกันชีวิตสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเจาะกลุ่มลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้น โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงซึ่งต้องการความมั่นคงในชีวิตสูง กลุ่มลูกค้าที่มีการศึกษาสูง เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ในการทำประกันชีวิตมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย และกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีความสามารถในการออมมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ

3.1.2 จากความคิดเห็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ซึ่งส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการสร้างหลักประกันแก่ชีวิตและครอบครัว ดังนั้น ควรมีการพัฒนารูปแบบการประกันชีวิตโดยเน้นกรรมธรรม์ที่ให้ความคุ้มครองเป็นหลัก เช่น แบบประกันที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพชำระเบี้ยมีระยะเวลาส่งเบี้ยไม่นาน และมีการพัฒนาแบบการขายโดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตซึ่งเป็นช่องทางการขายที่สำคัญที่สุด สร้างภาพลักษณ์ของตัวแทนและการประกันชีวิตเพื่อให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อการประกันชีวิต สำหรับภาครัฐสามารถกำหนดนโยบายส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนให้เห็นถึงประโยชน์ของการประกันชีวิตตลอดจนกำกับดูแลบริษัทประกันชีวิตให้มีฐานะที่มั่นคงเป็นที่เชื่อถือของประชาชน

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์

3.2.2 ทำการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องพฤติกรรมการทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการกำหนดแผนการตลาดด้านพฤติกรรมการซื้อที่ชัดเจนขึ้น

3.2.3 ทำการศึกษาโดยขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดอื่น ๆ เพื่อจะได้เป็นข้อมูลที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับประกันชีวิตที่แม่นยำขึ้น

**บรรณานุกรม**



## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2544) *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS* กรุงเทพมหานคร  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจนา ศรีหมอก (2549) "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคาร  
ในจังหวัดชัยนาท" การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กิตติพงษ์ ปาลี (2550) "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัด  
เชียงใหม่" การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เดิมศรี ชำนิจารกิจ (2537) *สถิติประยุกต์ทางการแพทย์* กรุงเทพมหานคร พิมพ์ครั้งที่ 2  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธนกฤต ภิญโญ (2549) "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของ  
ธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่" การค้นคว้า  
อิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2544) *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร ศูนย์บริการ  
เอกสารวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุษรา อึ้งภากรณ์ (2538) *การประกันภัย* กรุงเทพมหานคร พิมพ์ครั้งที่ 2 กรมการประกันภัย
- ประสาร บุญเสริม (2542) *พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์* ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา  
เศรษฐศาสตร์จุลภาค หน่วยที่ 2* นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
- พรพัฒน์ วัฒนากุล (2539) "พฤติกรรมของผู้ขอเอาประกันที่มีกรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรมธรรม์:  
กรณีศึกษาบริษัทประกันหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" การค้นคว้าอิสระ  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) *การจัดการการตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิชัย กาวินันท์ (2546) "การวิเคราะห์อุปสงค์เหล็กกล้าไร้สนิมรีดเย็นในประเทศไทย"  
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534) *หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 3* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์  
ตะวันออก

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย *ข้อมูลสถิติประกันภัย*  
ค้นคว้าเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2553 <http://www.oic.or.th/th>

อรรถย์คณา เข้มนวล (2542) ปัญหาเกี่ยวกับตัวตลาดเคลื่อน ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ*  
*วิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับนักเศรษฐศาสตร์* หน่วยที่ 12 นนทบุรี  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

**ผลการวิเคราะห์ ปัญหา Multicollinearity**

## ผลสมการที่ 4.1

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เงินออม, อายุ, รายได้, ภาระหนี้สิน <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.816 <sup>a</sup>	.824	.825	2171.013835	.824	156.666	4	94	.0016	1.659

a. Predictors: (Constant), เงินออม, อายุ, รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.73610	4	6.8419		
Residual	9.66211	94	1.02810	156.666	.0016 <sup>a</sup>
Total	9.93511	98			

a. Predictors: (Constant), เงินออม, อายุ, รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			VIF
	1 (Constant)	22093.570	2168.022		11.448	.0130
อายุ	35.740	2162.542	.051	.442	.6360	1.269
รายได้	0.037	1.090	.222	11.135	.0025	3.691
ภาระหนี้สิน	-0.058	0.027	-.124	-10.452	.0014	3.061
เงินออม	85.035	2109.240	.079	1.778	.4308	1.004

a. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

## ผลสมการที่ 4.2

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ภาระหนี้สิน, เงิน ออม, รายได้ <sup>a</sup>		Enter

### Model Summary<sup>b</sup>

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.860 <sup>a</sup>	.862	.823	3181.00955	.862	142.829	1	.860 <sup>a</sup>	.862	.823

a. Predictors: (Constant), เงินออม, รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.53610	3	8.4529		
	Residual	9.68211	95	1.01910	142.829	.0019
	Total	9.93511	98			

a. Predictors: (Constant), เงินออม, รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			VIF
1	(Constant)	21507.07	4172.873		11.450	.001	
	เงินออม	22.329	2108.774	.870	.784	.435	1.269
	รายได้	.0120	211.082	.0029	11.112	.0029	3.691
	ภาระหนี้สิน	-.0156	124.462	-.0016	-15.493	.0023	3.061

a. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

### ผลสมการที่ 4.3

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	รายได้, ภาระหนี้สิน <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.826 <sup>a</sup>	.815	.849	1041.011585	.815	159.546	2	96	.581	1.656

a. Predictors: (Constant), รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.11710	2	5.5869		
	Residual	9.82411	96	102.330	159.546	.0015 <sup>a</sup>
	Total	9.93511	98			

a. Predictors: (Constant), รายได้, ภาระหนี้สิน

b. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			VIF
1	(Constant)	37467.280	2129.751		11.874	.0042	
	ภาระหนี้สิน	-0.0068	27.672	-.034	-13.188	.0013	3.112
	รายได้	0.0072	26.648	.133	12.730	.0037	3.212

a. Dependent Variable: จำนวนวงเงินประกัน

**ภาคผนวก ข**  
**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**





9. ท่านมีเงินออมในรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ฝากเงิน ในสถาบันการเงิน ( ) หุ้่น/หน่วยลงทุนในกองทุนรวม  
 ( ) สหกรณ์ออมทรัพย์ ธ.นครหลวงไทย ( ) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ  
 ( ) สลากออมสิน ( ) อื่นๆ โปรดระบุ .....

10. ท่านได้รับคำแนะนำและชักชวนจากผู้ใดในการทำประกัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ตัวแทน/นายหน้าประกันชีวิต ( ) คนในครอบครัว  
 ( ) ญาติสนิท ( ) เพื่อนสนิท

11. จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านซื้อเป็นของตนเอง จำนวน.....กรมธรรม์

ท่านเลือกทำประกันชีวิตแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) แบบสะสมทรัพย์ ( ) แบบตลอดชีพ  
 ( ) แบบชั่วระยะเวลา ( ) แบบเงินได้ประจำ

วงเงินเอาประกัน(รวม).....บาท

12. จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ซื้อให้กับสมาชิกในครอบครัวจำนวน.....กรมธรรม์

ท่านเลือกทำประกันชีวิตแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) แบบสะสมทรัพย์ ( ) แบบตลอดชีพ  
 ( ) แบบชั่วระยะเวลา ( ) แบบเงินได้ประจำ

วงเงินเอาประกัน(รวม).....บาท

หมายเหตุ ก) แบบตลอดชีพ (เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์)

ข) แบบสะสมทรัพย์ (เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงภายในระยะเวลาประกันภัย)

ค) แบบชั่วระยะเวลา (เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาประกันภัย)

ง) แบบเงินได้ประจำ (เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือน นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้นไป)

## ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับของความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b> (รูปแบบประกันชีวิต)					
1. มีเงื่อนไขของกรมธรรม์ที่มีความชัดเจน					
2. เป็นแบบประกันที่ตรงตามความต้องการ					
3. แบบประกันประกันชีวิตศึกษาแล้วเข้าใจง่าย					
4. แบบประกันมีความคุ้มครองที่ครอบคลุม					
<b>ด้านราคา</b> (ค่าเบี้ยประกัน) 1. มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม					
2. สามารถนำค่าเบี้ยประกันไปลดหย่อนภาษีได้					
3. มีเงื่อนไขระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันให้เลือกมาก					
4. มีเงินจ่ายคืนสมำเสมอ					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ					
2. บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตพอเพียงสำหรับให้บริการลูกค้า					
3. มีสำนักงานตัวแทนประกันที่ลูกค้าสามารถติดต่อสะดวก					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b> (ส่งเสริมการขาย) 1. มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ					
2. มีการโฆษณาโดยมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่					
3. มี Call Center สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา					
4. มีของสมนาคุณ, ของกำนัล					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

\*\*\*\*\* ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ \*\*\*\*\*

**ประวัติผู้ศึกษา**

<b>ชื่อ</b>	นางสาววิมาลย์ ยาศรี
<b>วัน เดือน ปี</b>	3 มิถุนายน 2525
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
<b>ประวัติการศึกษา</b>	บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 2548
<b>สถานที่ทำงาน</b>	ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
<b>ตำแหน่ง</b>	ธนกร