

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อ  
รถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช

นายวิทยา อบโอ



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช

พ.ศ. 2556

**The Consumers' Expectation in Buying Life insurance to Protect Car Loan in  
Nakorn Si Thammarat Province**

**Mr. Wittaya Ob-o**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration in Marketing

School of Management Science

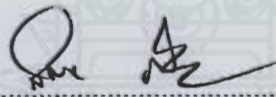
Sukhothai Thammathirat Open University

2013

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อ  
รถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
ชื่อและนามสกุล นายวิชา อป โอ  
แขนงวิชา การตลาด  
สาขาวิชา วิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร

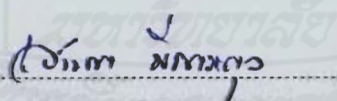
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2557

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



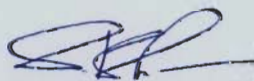
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์เสาวภา มีदारกุล)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิชาการจัดการ

**ชื่อการศึกษา** คั่นคว่ำอิสระ ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์  
ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช

**ผู้ศึกษา** นายวิทยา อบโอ **รหัสนักศึกษา** 2543005140 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร **ปีการศึกษา** 2556

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช (2) ระดับความคาดหวังของผู้บริโภคที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช (3) เปรียบเทียบความแตกต่างของการคาดหวังในการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือผู้เช่าซื้อรถยนต์ที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 15,808 คน กำหนดขนาดตัวอย่างใช้ความคลาดเคลื่อน 0.05 จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน และสถิติเชิงอนุมาน คือค่าทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ซื้อรถยนต์ประเภทรถกระบะบรรทุก ยี่ห้อโตโยต้า ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับโตโยต้าไฟแนนซ์ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ คือ ความคุ้มครองที่ครอบคลุมภาระหนี้ (2) ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 1) ด้านบริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ 2) ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำที่สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก รวดเร็ว 3) ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป 4) ด้านการบริการหลังการขาย สามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง 5) ด้านการตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวต้องรับภาระ (3) เปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ที่แตกต่างกัน ทำให้การคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ** ความคาดหวัง การซื้อประกันชีวิต การเช่าซื้อรถยนต์

**Independent Study title:** The Consumers' Expectation in Buying Life insurance to Protect Car Loan in Nakorn Si Thammarat Province

**Author:** Mr. Wittaya Ob-o; **ID:** 2543005140;

**Degree:** Master of Business Administration (Marketing);

**Independent Study advisor:** Chatchai Loyrithiwutikrai, Associate Professor ;

**Academic year:** 2013

### **Abstract**

The objectives of this study were to study (1) the general information of the respondents purchased life insurance to cover their cars leasing loan in Nakhon Si Thammarat Province (2) the expectations level of consumers who purchased an insurance to cover their cars leasing loan in Nakhon Si Thammarat Province (3) the difference comparison of the consumer's expectation of buying life insurance to cover their cars leasing loan classified by general information.

This study was a survey research. The population was car-leasing consumers who purchased a life insurance to cover their cars leasing loan for 15,808 people. The sampling group consisted of 404 participants that calculated by accidental sampling with the deviation level at 0.05. The research tool was questionnaires. The data were analyzed in descriptive statistics by using percentage, frequency, mean, standard deviation and inferential statistics was analyzed by T-test and one way ANOVA.

The results from this study were: (1) the majority of the samples were male, aged between 25 - 34 years old, married, university graduates working in private company with average monthly income over 40,001 baht. They purchased pick-up truck brand TOYOTA, using TOYOTA leasing service. The reason to purchase car-leasing insurance is the coverage benefit that covers debt obligation. (2) the expectation level of consumers who purchased an insurance to cover their cars leasing loan in Nakhon Si Thammarat Province were high level ; considering each aspects as follow 1) the financial stability and reliability of insurance company 2) the quick accessible agent 3) the lower price of insurance products 4) 24 hours of after the sale service 5) the corresponding of insurance consumer in the aspect of no obligation for their family (3) the comparison of the expectation of consumer buying life insurance for their cars leasing loan classified by general information found that the different of gender, age, education level, occupation, monthly income, car types, service of car leasing and reason for decision making had the different of decision making in life insurance with the significant statistic at the 0.05 level.

**Keywords:** Expectation, Buying life insurance, Car leasing

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก  
รองศาสตราจารย์นัทรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
และรองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา  
นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็น  
อย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณสุณี กาญจนันท์ สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 12 จังหวัดสงขลา ที่ได้  
กรุณาให้คำแนะนำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และขอขอบพระคุณผู้เช่าซื้อ  
รถยนต์ที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เสียสละเวลาและให้  
ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่สาขาวิชาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เพื่อนนักศึกษาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าอิสระ  
ครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้กาสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

วิทยา อบโอ

พฤษภาคม 2557

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	1
สมมติฐาน .....	2
กรอบแนวคิด .....	2
ขอบเขตการศึกษา .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	5
ความหมายของความคาดหวัง .....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง .....	8
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดความคาดหวัง .....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	18
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	18
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	19
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	20
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ .....	20

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภท รถยนต์ที่ซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และท่านจะแนะนำให้ผู้อื่น ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หรือไม่.....	23
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน และรายด้าน.....	29
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ.....	34
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
สรุปการศึกษา.....	55
อภิปรายผล.....	56
ข้อเสนอแนะ.....	60
บรรณานุกรม.....	61
ภาคผนวก.....	68
ประวัติผู้ศึกษา.....	73



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	23
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	24
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	24
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	25
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	25
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	26
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ซื้อ.....	26
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์.....	27
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริษัทเงินทุน/ ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์.....	27
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์.....	28
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์.....	28
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค.....	29
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านบริษัทประกันชีวิต.....	30
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ.....	30
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์.....	31
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านการบริการหลังการขาย.....	32
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านการตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต.....	33



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	45
ตารางที่ 4.31 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรระดับรายได้ต่อเดือน.....	46
ตารางที่ 4.32 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรประเภทรถยนต์ที่ซื้อ.....	47
ตารางที่ 4.33 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์.....	48
ตารางที่ 4.34 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรยี่ห้อรถยนต์.....	49
ตารางที่ 4.35 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม บริษัทเงินทุน/ ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์.....	50
ตารางที่ 4.36 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปร การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์.....	51
ตารางที่ 4.37 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเหตุผล ในการตัดสินใจซื้อ.....	52
ตารางที่ 4.38 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ.....	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.39 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรการแนะนำ ให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์.....	54



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด.....	2



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการซื้อประกันชีวิตสามารถซื้อได้หลากหลายรูปแบบเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงต่างๆ ที่มีในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เช่น การซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของผู้บริโภคที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในด้านข้อมูลทั่วไป การตอบสนอง และความคาดหวังในการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น การประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีความสำคัญมากทั้งต่อสถาบันการเงินผู้ให้บริการเงินเชื่อเช่าซื้อ และผู้ใช้บริการเช่าซื้อ แต่ปัจจุบันการแนะนำผู้เช่าซื้อให้เห็นความสำคัญของการประกันชีวิต การเพิ่มยอดขายประกันชีวิตเพื่อลดความเสี่ยงของการปล่อยสินเชื่อยังมีการให้ความสำคัญน้อยมาก

จากประเด็นปัญหาผู้ศึกษาเป็นพนักงานของสถาบันการเงินผู้ให้บริการเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และเป็นผู้แนะนำการประกันเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อันเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้เช่าซื้อ จึงมีความประสงค์ที่อยากจะศึกษาเรื่อง ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในมุมมองของลูกค้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเห็นว่า หากทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าวได้ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ อาทิ การแนะนำผู้เช่าซื้อให้เห็นความสำคัญของการประกันชีวิต การเพิ่มยอดขายประกันชีวิตเพื่อลดความเสี่ยงของการปล่อยสินเชื่อ ซึ่งผลดังกล่าวย่อมนำไปสู่การปรับปรุงวิธีการแนะนำให้ผู้เช่าซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางต่อบริษัทประกันชีวิตในการให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

### 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของผู้บริโภคที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการคาดหวังในการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

### 3. สมมติฐาน

ผู้เช่าซื้อที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ มีข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกัน และมีระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ ที่แตกต่างกัน

### 4. กรอบแนวคิด

#### กรอบในการศึกษา

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม

#### ข้อมูลทั่วไป

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ
- ยี่ห้อรถยนต์
- บริษัทเงินทุน / ไฟแนนซ์ / ธนาคาร
- เหตุผลการตัดสินใจซื้อ

#### ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

- บริษัท
- ตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ
- ผลិតภักณ์ท์
- การบริการหลังการขาย
- การตอบสนองของผู้ซื้อ

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด

## 5. ขอบเขตการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่เข้าซื้อรถยนต์ที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาลักษณะทั่วไป ความคาดหวัง และการตอบสนองของผู้เข้าซื้อรถยนต์ที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

### 5.3 ตัวแปร คือ

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ, ยี่ห้อรถยนต์, บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร, เหตุผลการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย ความคาดหวังด้านบริษัท, ตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ, ผลិតภัณฑ์, การบริการหลังการขาย, การตอบสนองของผู้ซื้อ

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน 2557

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 เป็นข้อมูลสนับสนุนให้องค์กรต่างๆเห็นความสำคัญของการประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อ

6.2 มีแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อ

6.3 ก่อให้เกิดแนวทางในการปรับปรุงการนำเสนอหรือการแนะนำการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อต่อผู้เข้าซื้อ

## 7. นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความคาดหวัง (Expectancy)** หมายถึง ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น

**การประกันชีวิต** หมายถึง การที่บุคคลผู้หนึ่งเรียกว่า “ ผู้เอาประกันภัย ” ได้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “ เบี้ยประกันภัย ” ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในสัญญา (กรมธรรม์) ให้กับบริษัทประกันภัย เพื่อซื้อความคุ้มครองตามที่ระบุเป็นเงื่อนไขไว้ในกรมธรรม์ อาทิ ถ้าผู้เอาประกันภัย



เสียชีวิตภายในเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์หรือมีอายุยืนยาวจนครบกำหนดตามที่ระบุไว้ บริษัทประกันภัยจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “ จำนวนเงินเอาประกันภัย ” ให้แก่ผู้รับประโยชน์หรือผู้เอาประกันภัยแล้วแต่กรณี ทั้งนี้เงื่อนไขความคุ้มครองจะมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับทางเลือกซื้อตามความเหมาะสมของผู้เอาประกันภัยเป็นหลัก

**บริษัทประกันชีวิต (Life Insurance)** คือ บริษัทรับประกันต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยบริษัทฯ สัญญาว่าจะจ่ายชดเชยให้ผู้เอาประกันเมื่อมีการเสียชีวิต และอาจมีความคุ้มครองอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การประกันกรณีทุพพลภาพ การประกันกรณีสูญเสียอวัยวะ การประกันสุขภาพ เป็นต้น

**ตัวแทนประกันชีวิต (Agent)** หมายถึง ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

**นายหน้าประกันชีวิต (Broker)** หมายถึง ผู้ซึ่งช่องหรือจัดการให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

**ความคุ้มครอง (Covered)** คือ การเสียชีวิตทุกกรณี (ยกเว้นอัศวินบาตกรรมในปีแรก) ทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร ทุพพลภาพชั่วคราวสิ้นเชิง มรณกรรม สูญเสียอวัยวะ และทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง เนื่องจากอุบัติเหตุ

**ผู้บริโภค (Consumer)** หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร หรืออาจจะเป็นในอนาคต รวมทั้งผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรง และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อจำหน่ายต่อ

**สินเชื่อเช่าซื้อ (Hire Purchase)** หมายถึง การทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างผู้เช่าซื้อและผู้ให้เช่าซื้อว่าจะมีการชำระค่าสินค้าเป็นงวด ๆ ตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่กำหนด โดยระหว่างนั้นผู้เช่าซื้อสามารถนำสินค้าหรือทรัพย์สินนั้นมาใช้งานได้ก่อน แต่กรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ให้เช่าซื้อ จนกว่าจะจ่ายเงินครบตามสัญญาจึงจะโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นมาเป็นของเรา เช่น การเช่าซื้อรถยนต์ หรือจักรยานยนต์ เป็นต้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. ความหมายของความคาดหวัง
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดความคาดหวัง
4. การตอบสนองความคาดหวัง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีชีวิตชีวา มีแรงผลักดันและจูงใจให้เกิดพฤติกรรม เนื่องจากความคาดหวังเป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะให้สิ่งต่างๆ เกิดขึ้นกับตนเองหรือคนรอบข้างในอนาคต (เจตชาติ ดวงสงค์, มปป.)

Victor Vroom (1970) เจ้าของทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) กล่าวถึงความหมายของความคาดหวัง หรือ Expectation ว่าเป็นความต้องการหรือการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในเป้าหมาย โดยอาจเป็นความคาดหวัง/ความต้องการในเรื่องทั่วไป (General Expectancies) หรืออาจเป็นความคาดหวัง/ความต้องการเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Specific Expectancies) (สุริย์ กาญจนวงศ์, 2542)

พิสิฐ มหามงคล (2546) ที่กล่าวถึงความคาดหวังในแนวทางการศึกษาทางจิตวิทยาว่า หมายถึงความรู้สึกร ความต้องการ แรงจูงใจ ความเชื่อ ทศนคติและค่านิยม ที่จะเป็นตัวกำหนดให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตามทิศทางที่ตั้งเป้าหมายไว้ นอกจากนี้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคาดหวังทางการศึกษา พบว่างานวิจัยต่างๆ ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ เป็นความคิดเห็น ความรู้สึก การรับรู้ การตีความ การมุ่งหวัง การคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ที่ปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่การแสดงท่าที

หรือการปฏิบัติตามแนวทางที่จะทำให้สิ่งที่ต้องการนั้นเกิดขึ้นจริง(ซิฆนุกร พรภาณวิษณุ, 2540; นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล และ สมลักษณ์ เพชรช่วย, 2540; ชานี แซ่ตั้ง, 2547; พิภูล ทรัพย์โชค, 2550) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการ ความรู้สึก การรับรู้ การคาดการณ์ ถึงสิ่งที่บุคคลปรารถนาจะเป็นหรือจะได้อมาในอนาคต

สุรางค์ จันทร์เอม (2524: 128, อ้างใน รักชนก โสภพิศ, 2524: 65) กล่าวว่าความคาดหวังคือ อันดับของจุดหมายที่ตั้งไว้เป็นความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ ชีวิตของคนเราทุกคนย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังด้วยกันทั้งสิ้น พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกในปัจจุบัน เราย่อมคาดหวังผลในอนาคต ฉะนั้นความคาดหวังจึงเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

Finn (1921: 15-16) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเอง ด้านจิตวิญญาณิก และใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

Getzels และคณะ (1968: 45-47) กล่าวว่าความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกันไป เพราะคนเราต่างมีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปด้วย

De Cecco (1967: 80-82) กล่าวว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เพราะความคาดหวังเป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิด และการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ และเป็นการประเมินค่าโดยใช้มาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัด การคาดการณ์หรือคาดหวังของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเข้าใจ และการเห็นค่าของความสำเร้ง

Son (1988:21) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าและเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างจะเกิดขึ้น หรือเป็นความเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างควรจะเกิดขึ้น หรืออาจจะเกิดขึ้น

Clay (1988:252) กล่าวถึงความคาดหวังต่อการกระทำ หรือสถานการณ์ว่าเป็น การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือเป็นความมุ่งหวังที่ดิงามเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีหวังไว้

Oxford University (1989: 281) ให้ความหมายของความคาดหวังว่า เป็นสภาวะทางจิต ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจารณ์ของบุคคลที่คาดคะเน หรือคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางอย่างว่าควรมี ควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้น

Mondy และคณะ (1990 อ้างถึงใน พิสิฐ มหามงคล, 2546: 20) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่า เป็นการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมาเป็นปัจจัยในการกำหนดความคาดหวัง ความคาดหวังจึงเป็นความรู้สึกความคิดเห็น

การรับรู้ การตีความหรือการคาดการณ์ต่อสิ่งต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลจึงเป็นไปตามผลลัพธ์ของความคาดหวังที่ตั้งไว้

สกาเวเดียน ปธนสมิทธิ (2540, 64) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า เป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วแสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออก ดังกล่าวนั้น ขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจไม่เห็นด้วยก็ได้ หรืออีกกล่าวหนึ่ง ความคาดหวัง คือ การแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่าง ๆ ในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ จึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

เบญจา นิลบุตร (2540, 10) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

Blair (อ้างถึงใน วิชาดา วัฒนนามกุล, 2539: 13) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นค่านิยมทั้งทางบวกและทางลบที่บุคคลมีต่อผลของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

Getzels และคณะ (1968: 45-47) และ Oxford University (1989: 281) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไปในทางเดียวกันว่า เป็นสภาวะทางจิตซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดหรือเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจรรย์ญาณของบุคคลที่คาดคะเนหรือคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้นเพราะคนเราต่างมีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปด้วยในขณะที่ Son (1988: 281) และ Clay (1988: 252) ได้ศึกษาว่าความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตและเชื่อว่า บางสิ่งบางอย่างจะเกิดขึ้นหรือเป็นความเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างควรจะเกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีมุ่งหวังไว้ ส่วน De

Cecco (1967: 80-82) รวมทั้ง Mondy และคณะ (1990) ได้ศึกษาและทำวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง โดยได้ให้ความสนใจในเรื่องของความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้

สุณีย์ ธีรดากร (2542: 208) กล่าวว่า ความคาดหวัง คือ ความคาดหวังว่าพฤติกรรมนั้นจะเป็นสาเหตุให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

จากการศึกษาและทำการวิจัยในข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปการให้ความหมายของความคาดหวังว่า “ความคาดหวังเป็นระดับพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่อาศัยประสบการณ์เดิม

ของตนในการตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดหรือต้องการให้เป็นไปตามความต้องการของตน ความคาดหวังของแต่ละบุคคลในเรื่องหรือสิ่งเดียวกันจึงอาจเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเข้าใจ แรงจูงใจ ความเชื่อความรู้สึก ทักษะ ค่านิยมและการเห็นคุณค่าของความสำเร็จ”

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด คือ ทฤษฎีความคาดหวังของ Victor Vroom ซึ่งพยายามอธิบายถึงความคาดหวังว่า เป็นความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นได้ หากได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลที่จะได้รับจากความพยายามที่ได้ลงมือลงแรงไป (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533) เช่น ถ้าขยันอ่านหนังสือ จะสอบได้เกรด A โดยเกรด A เป็นความคาดหวัง จูงใจให้เรียนขยันอ่านหนังสือ ดังนั้นความคาดหวังจึงมีความสัมพันธ์กับการกระทำและผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้ หากยึดหลักการในทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) การอธิบายองค์ประกอบของความคาดหวังสามารถพิจารณาได้จากความต้องการที่บุคคลปรารถนาจะได้รับการตอบสนอง ซึ่งความคาดหวังและความต้องการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เนื่องจากหากบุคคลเกิดความต้องการแล้ว ความคาดหวังก็จะตามมาพร้อมกับการแสดงพฤติกรรมไปสู่เป้าหมาย (สุรางค์ ใ้วตระกูล, 2541) ดังนั้นความคาดหวังจึงสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีความต้องการ (พวงเพชร วัชรอยู่, 2552) ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับเนื้อหา (Content Theories) คือ แนวคิดที่อธิบายถึงความต้องการหรือความคาดหวังภายในบุคคล ได้แก่

1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs theory) ของ Abraham Maslow ซึ่งกล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ว่ามีลักษณะเป็นความต้องการตามลำดับขั้น จากระดับต่ำที่สุด ไปยังระดับสูงที่สุด 5 ขั้น ดังนี้

- 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น
- 2) ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) เช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน
- 3) ความต้องการการยอมรับ (Acceptance Needs) เช่น การให้และได้รับซึ่งความรัก การเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ การได้รับการยอมรับ การได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เช่น การได้รับความเคารพนับถือ การมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self- Actualization Need) เช่น การทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ การทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง บนพื้นฐานของการมีศีลธรรม มีความสร้างสรรค์ ตลอดจนยอมรับความจริงโดยปราศจากอคติ เป็นต้น

**1.2 ทฤษฎีERG (ERG Theory) ของ Clayton Alderfer** ได้กล่าวถึงความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่อาจเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน 3 ประการ ดังนี้

1) ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence Needs: E) เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น

2) ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness Needs: R) เช่น การมีมิตรภาพที่ดีกับผู้อื่น การทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เป็นต้น

3) ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs (G) เช่น การประสบความสำเร็จ ได้รับการยอมรับและยกย่อง เป็นต้น

**1.3 ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จ (Achievement Motivation Theory) ของ David McClelland** ได้อธิบายความต้องการของมนุษย์ว่าเป็นความต้องการเพื่อความสำเร็จ 3 ประการ ดังนี้

1) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement: nAch) เช่น การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา กำหนดเป้าหมาย มองหาสิ่งที่ดีเลิศ เป็นต้น

2) ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation: nAff) เช่น การให้บุคคลอื่นชอบตน การสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในสังคม เป็นต้น

3) ความต้องการอำนาจ (Need for power: nPow) เช่น ต้องการได้รับความเคารพนับถือน้อมจากผู้อื่น เป็นต้น

**1.4 ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ของ Frederick Herzberg** ซึ่งกล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ 2 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) เช่น การสัมฤทธิ์ผล การยอมรับนับถือจากผู้อื่น การได้ทำหรือรับผิดชอบในสิ่งที่ตนสนใจ การมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้า เป็นต้น

2) ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors) เช่น ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง การได้รับสิ่งตอบแทน ความมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่และสถานภาพ

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการ (Process Theories) คือ แนวคิดที่อธิบายกระบวนการคิดของบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวัง ได้แก่

2.1 ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory) ของ Stacy Adams ได้อธิบายความคาดหวังของบุคคลว่าเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ตนได้ลงมือลงแรงทำและผลลัพธ์ที่ได้รับกับสิ่งที่คนอื่นทำและผลลัพธ์ที่คนอื่นได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความคาดหวังในลักษณะ ดังนี้

1) ถ้าบุคคลรู้สึกว่าตนได้รับผลตอบแทนที่ไม่เท่าเทียมกับผู้อื่น ในลักษณะที่น้อยกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจ และจะลดความคาดหวังต่อสิ่งนั้นๆ ลง

2) ถ้าบุคคลรู้สึกว่าตนได้รับผลตอบแทนที่ไม่เท่าเทียมกับผู้อื่น ในลักษณะที่มากกว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และลงมือลงแรงมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความคาดหวังกับผลลัพธ์ที่ได้

3) ถ้าบุคคลรู้สึกว่าตนได้รับผลตอบแทนเท่าเทียมกับผู้อื่น จะทำให้ได้เกิดความพึงพอใจ และจะคาดหวังต่อสิ่งนั้นในระดับเดิมต่อไป

2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Victor Vroom ได้อธิบายความคาดหวัง (Expectancy: E) ของบุคคลว่าเกิดจากระดับคุณค่าหรือความสำคัญของสิ่งตอบแทนที่บุคคลต้องการ (Valence: V) กับการรับรู้ความสามารถหรือความเป็นจริงในปัจจุบัน (Instrumentality: I) ในลักษณะดังนี้

$$\text{Expectancy} = \text{Valence} \times \text{Instrumentality}$$

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมแรง (Reinforcement Theory) คือ แนวคิดที่อธิบายความคาดหวังของบุคคลจากสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการวางเงื่อนไข ได้แก่

3.1 ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical Conditioning Theory) ของ Ivan Pavlov โดยได้กล่าวถึงความคาดหวังของบุคคลว่าเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ในลักษณะ ดังนี้

1) เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยธรรมชาติ จะมีการตอบสนองโดยอัตโนมัติ เช่น เมื่อได้ยินคำชมเชย มักจะทำให้บุคคลเกิดความคาดหวังว่าจะได้รับบ้าง

3) เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าที่ไม่ได้ทำให้เกิดการตอบสนองโดยธรรมชาติ จะไม่มีปฏิกิริยาตอบสนอง เช่น เห็นประกาศนียบัตรที่ไม่ใช่ของตนมักจะไม่ได้เกิดความรู้สึกใดๆ

4) แต่เมื่อนำสิ่งเร้าทั้ง 2 รูปแบบข้างต้นมาเข้าคู่กัน โดยให้สิ่งเร้าที่ไม่ได้ทำให้เกิดการตอบสนองโดยธรรมชาติก่อน แล้วตามด้วยสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยธรรมชาติ จะทำให้นักเรียนรู้ว่า หากต้องการได้ในสิ่งที่คาดหวัง (คำชมเชย) ต้องได้เห็นหรือได้สิ่งที่ถูกวางเงื่อนไขนั้นมาก่อน(ประกาศนียบัตร)

### 3.2 ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบเสริมแรง (Reinforcement Conditioning Theory)

ของ **B.F. Skinner** กล่าวถึงการเกิดความคิดหวังของบุคคลว่าเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับสิ่งเสริมแรง 2 รูปแบบ ดังนี้

- 1) การให้รางวัล เช่น การให้คำชมเชย การแสดงความเคารพยกย่อง การให้สิ่งของตอบแทน รวมถึงการทำให้สิ่งที่ไม่ชอบหรือไม่พอใจหายไป
- 2) การลงโทษ เช่น การตำหนิ วิพากษ์วิจารณ์ การหักแถมหรือจ่ายค่าปรับ รวมถึงการไม่ให้ในสิ่งที่ต้องการ

Rotter (อ้างถึงใน สุริย์ กาญจนวงศ์, 2542:58) กล่าวว่าความคาดหวังแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ความคาดหวังเฉพาะ (Specific expectancies) และความคาดหวังทั่วไป (Generalized expectancies) ความคาดหวังเฉพาะสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งในอดีตกับความคาดหวังทั่วไป ซึ่งเป็นผลรวมของประสบการณ์ในสถานการณ์ต่างๆ ที่คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกัน

สันติชัย คำสมาน (2534:51) อธิบายว่าความคาดหวังในเชิงทฤษฎีช่วยตัดสินใจในการกระทำที่มีข้อพิจารณาเกี่ยวกับความคาดหวัง 2 ประการ คือ พิจารณาเป้าหมายที่จะไปสู่สิ่งที่มีคุณค่ามากน้อยเพียงไร (Valence) และพิจารณาว่าสิ่งที่กระทำสามารถคาดหวังให้ไปถึงจุดหมายได้เพียงไร (Expectancy) โดยทั้ง 2 ประการนี้มีความสัมพันธ์กัน และความคาดหวังในการทำงานสู่เป้าหมายมีแนวคิดสำคัญตามทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal – setting theory) เสนอโดย Edwin Locke (อ้างถึงใน สุภักฎาณี สุขสำราญ, 2544: 16) ที่เห็นว่าจิตใจของมนุษย์นั้นโดยธรรมชาติจะถูกกระตุ้นโดยเป้าหมาย (Goal) ให้ต้องแสดงพฤติกรรมตามเป้าหมาย และความตั้งใจของตนเพื่อนำสู่การบรรลุเป้าหมาย

รักชนก โสภาศิต (2542:68–69) กล่าวว่าทฤษฎีความคาดหวังมีอยู่หลายฉบับที่นักทฤษฎีแต่ละคนนำเสนอโดยมีสาระที่ต่างกันเล็กน้อยแต่ฉบับที่รู้จักยอมรับกันมากเป็นของวรูม (Vroom) และฉบับของพอร์เตอร์ (Porter) กับ ลอว์เลอร์ (Lawler) ที่เห็นพ้องกันว่าแรงจูงใจเป็นผลมาจากความเชื่อของมนุษย์และ Vroom(1970:9-103) กล่าวถึงความคาดหวังในทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ



**1. V มาจากคำว่า Valence** หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ (Outcomes) ของการกระทำซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้นๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้นเสมอไป เช่น มนุษย์เลือกทำงานด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งเพราะต้องการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือต้องการค่าจ้างที่สูงไม่ใช่เลือกทำงานเพราะว่างานนั้นมีคุณค่าตามอุดมคติ อาจกล่าวได้ว่าความพยายามในการทำงานนั้นมาจากผลลัพธ์หลายอย่าง ทั้งทางตรงและทางอ้อม

**2. I มาจากคำว่า Instrumentality** หมายถึง ความเชื่อถือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกหลายอย่าง เช่น นักเรียนเชื่อว่าการเรียนจะเป็นวิธีการไปสู่การสอบได้ การสอบได้เป็นวิธีการที่นำไปสู่การได้รับประกาศนียบัตรประกาศนียบัตรจะนำไปสู่การบรรจุเข้าทำงาน

**3. E มาจากคำว่า Expectancy** หมายถึง การคาดการณ์จากความเชื่อว่าผลลัพธ์จะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด เช่น ถ้ามนุษย์มีความเชื่อมั่นว่าจะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ ย่อมทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจที่ตัดสินใจเลือกทำอะไร และทำอะไรจึงจะประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ นอกจากทฤษฎีดังกล่าวแล้ว รูม (Vroom) ได้อธิบายความคาดหวังด้วยสูตร คือ

$$\text{Motivation} = \text{Expectancy} \times \text{Valence}$$

$$\text{หรือ แรงจูงใจ} = \text{ความคาดหวัง} \times \text{คุณค่าของผลลัพธ์}$$

จากสูตรอธิบายได้ว่าระดับของแรงจูงใจเป็นไปตามระดับความต้องการที่คนเรามีต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งและระดับความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งนั้น หลักการพื้นฐานที่สำคัญของทฤษฎีนี้มีคือ

1. ปัจจัยภายใน (ความต้องการ) และปัจจัยภายนอก (สภาพแวดล้อม) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล
2. พฤติกรรมใดๆ เกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเองของบุคคล
3. บุคคลมีความแตกต่างกันในความต้องการ ความปรารถนาและเป้าหมาย
4. บุคคลจะเลือกใช้พฤติกรรมใดยอมเป็นไปตามการรับรู้ผลต่อเนื่องจากพฤติกรรมนั้น
5. แรงจูงใจตามทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยตัวแปรสำคัญสองตัวประกอบกันคือ ความคาดหวังและคุณค่าของผลลัพธ์

### 3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดความคาดหวัง

จากผลการวิจัยของ วรนาถ แสงมณี (2554) ในเรื่องความคาดหวังจากการเรียนในวิชาองค์การและการจัดการองค์การของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ นักศึกษามีความคาดหวังต่อรายวิชาแตกต่างกัน คือปัจจัยในเรื่องเพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน และคณะที่สังกัด ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลวรรณ วิทยารธรรมรัช (2543) ที่ได้รวบรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเกิดความคาดหวังตามแนวคิดของ Hurlock (1973) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. วัฒนธรรม (Culture) หมายถึงค่านิยม ความเชื่อและกิจกรรมต่างๆ ที่มีความเฉพาะในสังคมนั้นๆ มักจะมีผลต่อความคาดหวังที่แตกต่างกันของคนในแต่ละสังคม เช่น สังคมหนึ่งอาจมีวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ คนในสังคมนั้นจึงมักถูกคาดหวังให้เป็นคนที่คิดนอกกรอบ ในขณะที่อีกสังคมหนึ่งให้ความสำคัญกับการเชื่อฟัง คนในสังคมนั้นก็มักจะถูกคาดหวังให้เป็นคนที่ขี้อึดมั่นและปฏิบัติตามคำสั่ง เป็นต้น

2. ครอบครัว (Family) ลักษณะของครอบครัว โดยเฉพาะขนาดและการเลี้ยงดูของครอบครัวมักจะส่งผลต่อการตั้งเป้าหมายและการวางแผนอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่ความคาดหวังที่บุคคลจะมีต่อตนเองและผู้คนรอบข้าง โดยบุคคลที่อยู่ในครอบครัวขนาดเล็กและมีการเลี้ยงดูอย่างเข้มงวดมักจะถูกตั้งความหวังจากคนรอบข้างค่อนข้างสูง และทำให้บุคคลนั้นต้องตั้งเป้าหมายให้สูงตามความคาดหวังนั้นด้วย

3. สถานภาพทางสังคม (Ordinal Position) เป็นผลมาจากฐานะทางเศรษฐกิจ โดยหากมีฐานะทางเศรษฐกิจดีมักจะมีสถานภาพทางสังคมสูงตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันก็จะถูกคาดหวังจากผู้คนจำนวนมากขึ้น ตามสถานภาพที่ได้รับ

4. วินัย (Discipline) หากบุคคลสามารถยอมรับในกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่สังคมกำหนดขึ้นได้จะทำให้สามารถตั้งความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริง แต่หากไม่สามารถปฏิบัติได้ มักจะมีความคาดหวังที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงหรือเป็นความคาดหวังที่สังคมไม่ต้องการ

5. สถานภาพในกลุ่ม (Group Status) เป็นสถานภาพในลักษณะของคนกลุ่มน้อยหรือคนกลุ่มใหญ่ในสังคมที่อาศัยอยู่ ซึ่งมักส่งผลต่อความคาดหวังในการพยายามเลื่อนฐานะของตนเองให้สูงขึ้น โดยบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมเป็นคนส่วนน้อยมักจะตั้งความคาดหวังในการพัฒนาตนเองมากกว่าคนที่มีความสถานภาพทางสังคมสูงอยู่แล้ว

6. การใช้กลไกทางจิต (Escape Mechanisms) หมายถึงการใช้วิธีการต่างๆ เพื่อให้บุคคลรู้สึกสบายใจหรือเพื่อเป็นการรักษาศักดิ์ศรีของตนเอง ดังนั้นหากบุคคลใช้กลไกทางจิตในการหลีกเลี่ยงจากความจริงที่เผชิญอยู่ บุคคลนั้นมักจะมีอคติที่มองอยู่บนพื้นฐานของความ เป็นจริง

7. ความล้มเหลวและความสำเร็จในอดีต (Past Failures and Successes) ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ส่งผลต่อการตั้งเป้าหมายและการคาดหวังในอนาคต โดยบุคคลที่ประสบความ ความสำเร็จมักจะสร้างแรงจูงใจให้กับตนเองด้วยการตั้งความหวังมากกว่าคนที่ประสบความ ล้มเหลว

8. เพศ (Sex) ความเป็นเพศหญิงและเพศชาย นำไปสู่การคาดหวังในเรื่องหรือ สถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ผู้หญิงมักถูกคาดหวังในเรื่องความสงบเสงี่ยมมีมารยาทงาม ในขณะที่ผู้ชายมักถูกคาดหวังในเรื่องการเป็นผู้นำและเป็นสุภาพบุรุษ เป็นต้น

9. เชาวน์ปัญญา (Intelligence) การตั้งความหวังของบุคคลบางครั้งอาจพิจารณาได้จาก ระดับสติปัญญาและความสนใจ โดยเฉพาะคนที่มีเชาวน์ปัญญาสูงมักตั้งเป้าหมายตามความสามารถ ของตน โดยไม่ได้พิจารณาถึงจุดมุ่งหมายหรือค่านิยมร่วมของกลุ่ม

10. บุคลิกภาพ (Personality) หรือลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่แสดงให้เห็นถึงความ เชื่อมมั่นและการยอมรับความสามารถในตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อความคาดหวังที่บุคคลมีต่อตนเองและ ผู้อื่น โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ชัดเจนมั่นคงมักจะมีอคติที่คาดหวังต่อเรื่องต่างๆ ก่อนข้างสูง ในขณะที่บุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ไม่ชัดเจนไม่แน่นอนมักจะมีอคติที่คาดหวังต่อเรื่องต่างๆ ก่อนข้างต่ำ จากที่กล่าวมาข้างต้น ความคาดหวังของบุคคลมีความหลากหลายและแตกต่างกันตามปัจจัยต่างๆ เช่น เพศ อายุ สาขาการศึกษา บุคลิกภาพลักษณะของแต่ละบุคคล ประสบการณ์การในอดีต การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว วัฒนธรรมของสังคม เป็นต้น

#### การตอบสนองความคาดหวัง

การตอบสนองความคาดหวังหรือการตอบสนองความต้องการโดยทั่วไป สามารถ กระทำได้โดย การตอบสนองต่อความต้องการทางสรีระ ได้แก่ การให้บุคคลได้รับสิ่งต่างๆ เพื่อการ มีชีวิตอยู่รอด เช่น อาหารที่มีคุณค่า น้ำสะอาด อากาศบริสุทธิ์ การพักผ่อนที่เพียงพอ การจับถ่าย อย่างถูกสุขลักษณะ เป็นต้น และการตอบสนองต่อความต้องการทางสังคม ได้แก่ การมีที่พึ่งพา อาศัย การรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและเป็นเจ้าของ การได้รับการยอมรับยกย่องจากคนรอบข้าง เป็นต้น ซึ่งการตอบสนองในสิ่งดังกล่าวเป็นไปตามแนวจิตทฤษฎีการสร้างแรงจูงใจและการตอบสนอง ความต้องการของมนุษย์ (เมทินี ทนงกิจ, 2554)

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของ พิภูล ทรัพย์โชค (2550) ในเรื่องการศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษานครปฐม โดยแบ่งประเด็นความคาดหวังตามการจัดการศึกษาของวิทยาลัย ประกอบด้วย 1) ด้านการศึกษา ได้แก่ ผลการเรียนรู้ ความสนใจ การพัฒนาการนำความรู้ไปใช้ในการทำงาน การฝึกประสบการณ์ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และคอมพิวเตอร์ และการวางแผนเพื่อการศึกษาต่อ 2) ด้านความประพฤติ ได้แก่ การเชื่อฟัง ผู้ปกครองครูอาจารย์ ความมีระเบียบวินัย การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและที่ได้รับมอบหมาย การไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข สิ่งเสพติด และ 3) ด้านการเลือกอาชีพ ได้แก่ การทำงานหารรายได้ระหว่างเรียน การประกอบอาชีพตามความถนัดหรือความชำนาญ การประกอบอาชีพที่นำเกียรติมาสู่ครอบครัว การเลือกอาชีพที่มีรายได้เลี้ยงครอบครัวอย่างเพียงพอ การประกอบ อาชีพที่มีความมั่นคง

การวิจัยของ สุขุม เฉลยทรัพย์(2552) ในเรื่องความคาดหวังของคนกรุงเทพฯ ต่อบทบาทและหน้าที่ของมหาวิทยาลัย ได้แบ่งประเด็นความคาดหวังตามบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิต ประกอบด้วย 1) การเป็นคนดี คือ การผลิตบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรม เป็นคนที่มีจิตใจดีงาม 2) การเป็นคนเก่ง คือ การพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ในสาขาที่เรียน มีภาวะผู้นำ รู้จักตนเอง 3) การมีชีวิตที่มีความสุข คือ การสร้างบรรยากาศในการเรียน ส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม พัฒนาคนให้มีสุขภาพใจที่ดี และ 4) การเป็นคนกล้า คือ การส่งเสริมให้กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าทำในสิ่งที่ถูกต้องส่วน

การวิจัยของวีระยุทธ พรพจน์ธนาศ (2552) ในเรื่องความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาทางรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยมหาวิทาลัย 6 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร ได้ใช้องค์ประกอบเกี่ยวกับความคาดหวัง 6 ด้าน คือ 1) ความคาดหวังของนักศึกษาด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านสถานที่และอุปกรณ์การศึกษา ด้านการบริการนักศึกษา ด้านสังคมกลุ่มเพื่อน ด้านกิจกรรมนักศึกษา

การวิจัยของพระมหาไชยา ชยสิทฺธิ (2548) เรื่องทัศนคติและความคาดหวังของครูและนักเรียนที่มีต่อพระภิกษุผู้สอนธรรมศึกษา ในประเด็นความคาดหวังต่อเนื้อหาของหลักสูตร โดยใช้องค์ประกอบของความคาดหวัง 10 ด้าน คือ 1) เนื้อหาของหลักสูตรมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 2) เน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ทางด้านทฤษฎี 3) เน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ทางด้านปฏิบัติ 4) ส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักแก้ไขปัญหาโดยใช้เหตุผล 5) ส่งเสริมให้ผู้เรียนยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 6) ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นพุทธมามกะ 7) สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้

ในชีวิตประจำวัน8) เนื้อหาของหลักสูตรเป็นความรู้ที่ทันสมัยเหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน 9) เน้นความรู้พื้นฐานเพื่อการศึกษาชั้นสูงต่อไป 10) เน้นให้ผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข

การวิจัยของพิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ และคณะ (2554) เรื่องความคาดหวังในการเรียนรายวิชาฟิสิกส์พื้นฐานของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีการผลิตพืช ด้วยการเรียนการสอนแบบผสมผสานใช้องค์ประกอบเกี่ยวกับความคาดหวัง 6 ด้าน คือ 1) ด้านการเรียนรู้ 2) ด้านโครงสร้างของความรู้3) ด้านเนื้อหา ความรู้ 4) ด้านการเชื่อมโยงระหว่างฟิสิกส์และโลกของความเป็นจริง 5) ด้านความเชื่อมโยงคณิตศาสตร์ในการเรียนฟิสิกส์ และ 6) ด้านพฤติกรรมที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ และเข้าใจจากที่กล่าวมาข้างต้น

การวิจัยของศิริลักษณ์ ปานศรี (2554) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อประกันสุขภาพแบบรายเดือนมากที่สุด ความคุ้มครองส่วนใหญ่ที่ซื้อเป็นความคุ้มครองกรณีเข้าพักรักษาตัวแบบผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก(IPD+OPD) ลักษณะการซื้อประกันสุขภาพซื้อแบบต่อเนื่องทุกปี ซื้อประกันสุขภาพผ่านตัวแทน บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพมากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริษัทประกันภัย คือ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงในด้านการรับประกันภัยที่ดี มีแนวโน้มในการซื้อประกันสุขภาพเพิ่มเติมในอนาคต และแนะนำให้ผู้บริโภคที่รู้จักทำประกันสุขภาพกับบริษัทที่ซื้ออยู่ ลำดับความสำคัญในการซื้อประกันสุขภาพ คือบริการหลังการขาย และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการด้านพนักงาน ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านรา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การวิจัยของกุลเชษฐ วัฒนผล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) เรื่องความไว้วางใจต่อการซื้อประกันชีวิตธนาคารไทยพาณิชย์ ของผู้สูงอายุวัยเกษียณในเขตบางคอแหลม ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กันกับความไว้วางใจต่อการซื้อประกันชีวิตธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้สูงอายุวัยเกษียณ ในด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยในด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านมีการชี้แจงรายละเอียดที่ครบถ้วน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กันกับ ความภักดีต่อสินค้าและด้านความไว้วางใจในตราสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยในด้านความภักดีต่อสินค้าให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านหลังจากเลือกซื้อประกันแล้วยังสนใจข้อมูล

การวิจัยของไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว(2551) เรื่องการรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่าพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในแต่ละด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยเกณฑ์ด้านขั้นตอนการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุดตามด้วยเกณฑ์ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคที่เคยซื้อประกันชีวิตและผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อประกันชีวิตมีการรับรู้ต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ประการสุดท้าย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่างกันมีการรับรู้ต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

การวิจัยของอัญชราภรณ์ คามวัลย์(2554) เรื่องเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่มต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าพบว่า ความคาดหวังต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่มทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ และด้านด้านการจ่ายสินไหมทดแทนอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจที่ได้รับจากส่วนงานสินไหมประกันกลุ่มทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ และด้านด้านการจ่ายสินไหมทดแทนอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สถานภาพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการจ่ายสินไหมทดแทน วุฒิมัธยมศึกษาที่ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ อาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ทางด้านความพึงพอใจพบว่าทุกลักษณะของประชากรศาสตร์มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยกเว้นเพียงสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางด้านการกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านกรรมธรรม์พบว่าความคุ้มครองที่แตกต่างกัน ประสพการณ์การมีความคุ้มครอง

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ ศึกษาถึงเรื่อง ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อต้องการทราบถึงลักษณะทั่วไปของบุคคล ระดับความคาดหวัง การตอบสนองและ เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลกับระดับความคาดหวัง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวนทั้งสิ้น 15,808 คน ดังนั้นจำนวนประชากรโดยเฉลี่ยต่อเดือนเป็น 3,952 คน (ที่มา; กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก)

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน 2557

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยการเก็บข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้า และใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{15,808}{1 + 15,808 (0.05)^2} = 390.128 // 400 \text{ คน}$$

### 1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถาม ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

### 2.1 การสร้างแบบสอบถาม

โดยดำเนินการนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปทดสอบตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 40 คน แล้วนำผลลัพธ์วิเคราะห์และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficients) ของ Cronbach โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับ 0.81 ซึ่งสามารถใช้เป็นแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ได้ และหลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม แจกลูกค้าผู้ที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวนแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวม 400 ฉบับ ได้รับคืนครบทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ 100

### 2.2 ลักษณะของเครื่องมือ

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความคาดหวัง การตอบสนอง ซึ่งจะช่วยให้เราได้ทราบถึงมุมมองของลูกค้าผู้ที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยคำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ, ยี่ห้อรถยนต์, บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร, เหตุผลการตัดสินใจซื้อ มีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ระดับความคาดหวังของลูกค้าผู้ที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบตามระดับความคาดหวัง



ตอนที่ 3 การตอบสนองของลูกค้าผู้ที่เข้าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบตามระดับความคาดหวัง

### 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น งานวิจัย บทความ เอกสาร วารสาร เว็บไซต์ เพื่อทราบถึงภาพรวมของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและการตอบสนอง

3.2 ศึกษาจากข้อมูลขั้นปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) ด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 400 ชุด ในการเก็บข้อมูลจะทำโดยสอบถามลูกค้าผู้ที่เข้าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) เสนอข้อมูลดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา ใช้อธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ, ยี่ห้อรถยนต์, บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร, เหตุผลการตัดสินใจซื้อ โดยเสนอเป็นตาราง

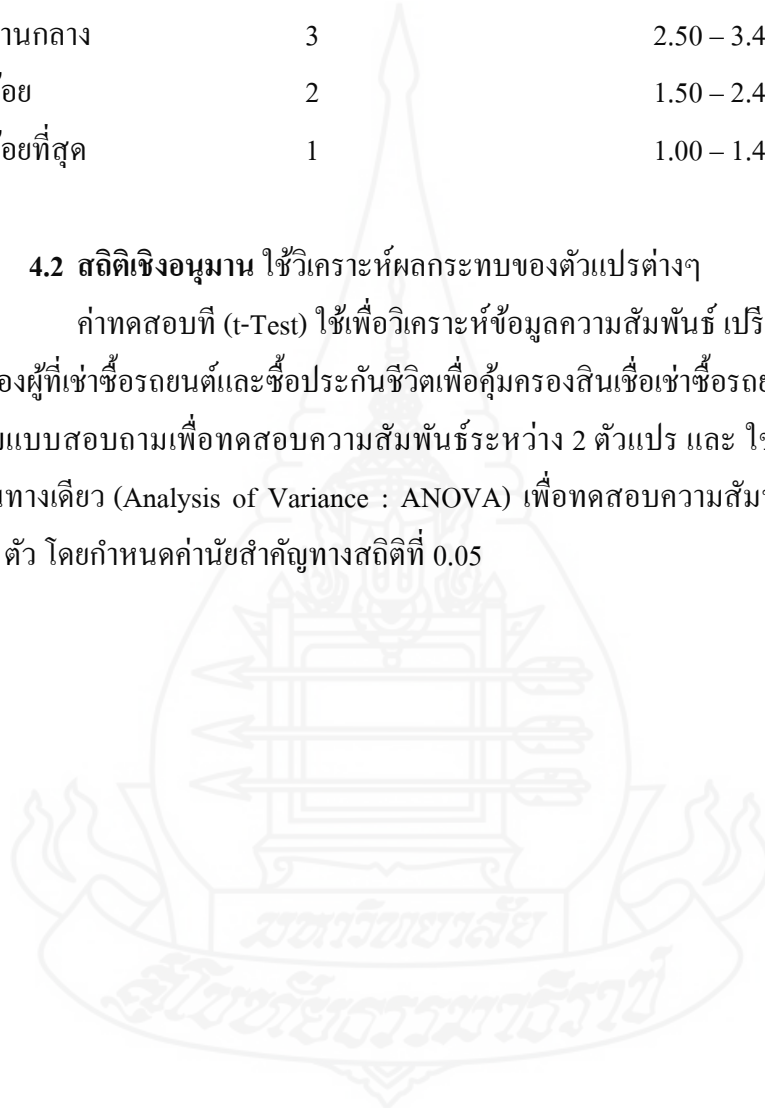
- ความถี่ (Frequency) เพื่อแสดงการแจกแจงของข้อมูลพื้นฐานที่นำมาศึกษาว่ามีลักษณะอย่างไร
- ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงการแจกแจงของข้อมูลพื้นฐานที่นำมาศึกษาว่ามีลักษณะอย่างไร ตามฐานร้อยละ หรือ เปอร์เซ็นต์
- ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ
- ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เพื่อดูความเบี่ยงเบนของระดับคะแนนความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง และการกระจายของข้อมูลเพื่อนสร้างความเชื่อมั่นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันหรือไม่

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

<u>ระดับความคาดหวัง</u>	<u>คะแนน</u>	<u>เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)</u>
มากที่สุด	5	4.50 – 5.00
มาก	4	3.50 – 4.49
ปานกลาง	3	2.50 – 3.49
น้อย	2	1.50 – 2.49
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49

#### 4.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้วิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรต่างๆ

ค่าทดสอบที (t-Test) ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของผู้ที่เข้าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อบริษัทผู้ซื้อรถยนต์ กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร และ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance : ANOVA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย เรื่อง ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้จากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จากกลุ่มตัวอย่าง โดยเสนอรายละเอียดตามลำดับคือ สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง(Sample Size)
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (t-test)
F	แทน ค่าสถิติเอฟ ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (F-test)
df	แทน องศาอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน(Sum of Square)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน(Mean Square)
Sig	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเสนอเป็น 3 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หรือไม่

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน และรายด้าน

ตอนที่ 3 ผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หรือไม่

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	224	56.0
หญิง	176	44.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 24 ปี	9	2.3
25 – 34 ปี	195	48.8
35 – 44 ปี	134	33.5
45 – 54 ปี	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมามีอายุ 35 - 44 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีอายุ 15 – 24 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	115	28.8
สมรส/อยู่ด้วยกัน	168	67.0
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย	92	23.0
มัธยมตอนปลาย/ปวช.	42	10.5
อนุปริญญา/ปวส.	14	3.5
ปริญญาตรี	236	59.0
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกรรม	67	16.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	68	17.0
พนักงานบริษัทเอกชน	171	42.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	89	22.3
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,001 – 20,000 บาท	82	20.5
20,001 – 30,000 บาท	74	18.5
30,001 – 40,000 บาท	121	30.3
40,001 บาทขึ้นไป	123	30.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ซื้อ

ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถเก๋ง	179	44.8
รถกระบะบรรทุก	221	55.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ประเภทรถกระบะบรรทุก จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และซื้อรถยนต์ประเภทรถเก๋ง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์

ยี่ห้อรถยนต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โตโยต้า	284	71.0
อู่ซู่	35	8.8
มิตซูบิชิ	40	10.0
เซฟโรเลส	15	3.8
อื่น ๆ	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาซื้อยี่ห้อมิตซูบิชิ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด ซื้อยี่ห้อเซฟโรเลส จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โตโยต้าลีสซิ่ง	150	37.5
ธนาคารธนชาติ	120	30.0
ธนาคารไทยพาณิชย์	80	20.0
ธนาคารเกียรตินาคิน	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับ โตโยต้าลีสซิ่ง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด ใช้บริการธนาคารเกียรตินาคิน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5



ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อบ้านเช่าซื้อรถยนต์

เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เป็นการบังคับของบริษัทเงินทุนผู้ให้บริการสินเชื่อบ้านเช่าซื้อรถยนต์	65	16.3
- ความคุ้มครองที่ครอบคลุมภาระหนี้	212	53.0
- สินเชื่อบ้านเช่าซื้อจะได้รับการอนุมัติง่ายขึ้น	45	11.3
- ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวและผู้รับภาระ	78	19.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อบ้านเช่าซื้อรถยนต์ คือ ความคุ้มครองที่ครอบคลุมภาระหนี้ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวและผู้รับภาระ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด สินเชื่อบ้านเช่าซื้อจะได้รับการอนุมัติง่ายขึ้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อบ้านเช่าซื้อรถยนต์

การแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ	394	98.5
ไม่แนะนำ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อบ้านเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 และไม่แนะนำ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต  
เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน และรายด้าน

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต  
เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค

ความคาดหวังต่อการซื้อประกัน ชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง
ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.18	.45	มาก
ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.15	.53	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	.47	มาก
ด้านการบริการหลังการขาย	4.24	.81	มาก
การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.16	.53	มาก
รวม	4.17	.47	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังด้านการบริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.24) รองลงมาคือด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต(4.18) ส่วนด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (4.13)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต

ความคาดหวังต่อการซื้อประกัน ชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง
บริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป	4.18	.51	มาก
บริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ	4.21	.51	มาก
บริษัทที่มีที่ตั้งสำนักงานสาขาชัดเจน	4.16	.45	มาก
รวม	4.18	.45	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.18) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.21) รองลงมาคือ บริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป (4.18) ส่วนบริษัทที่มีที่ตั้งสำนักงานสาขาชัดเจนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (4.16)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกัน ชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง
มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่แนะนำ	4.16	.53	มาก
มีใบอนุญาตตัวแทน/นายหน้าตามกฎหมาย	4.05	.87	มาก
การติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน	4.22	.64	มาก
มีความสม่ำเสมอในการบริการ	4.15	.66	มาก
มีบุคลิกภาพที่ดีน่าเชื่อถือ	4.20	.56	มาก
รวม	4.15	.53	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.15) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.22) รองลงมาคือ มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ (4.20) ส่วนมีใบอนุญาตตัวแทน/นายหน้าตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (4.05)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์

ความคาดหวังต่อการซื้อประกัน ชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง
กรมธรรม์มีรูปแบบที่สวยงาม ตัวอักษรชัดเจน	4.04	.58	มาก
ความคุ้มครองที่ครอบคลุมมากกว่าคุ้มครองสินเชื่อ เช่น คุ้มครองค่ารักษาพยาบาล	4.16	.52	มาก
สามารถเลือกรูปแบบความคุ้มครองได้	4.13	.53	มาก
ค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป	4.19	.75	มาก
รวม	4.13	.47	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.13) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.19) รองลงมาคือ ความคุ้มครองที่ครอบคลุมมากกว่าคุ้มครองสินเชื่อ เช่น คุ้มครองค่ารักษาพยาบาล (4.16) ส่วนกรมธรรม์มีรูปแบบที่สวยงาม ตัวอักษรชัดเจนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (4.04)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านการบริการหลังการขาย

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
สามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง	4.26	.80	มาก
มีการแจ้งเตือน หรือให้ความสำคัญเท่ากับลูกค้าทั่วไป	4.21	.80	มาก
การบริการด้านสินไหมทดแทนที่รวดเร็ว	4.24	.87	มาก
รวม	4.24	.81	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านการบริการหลังการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.24) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.26) รองลงมาคือ การบริการด้านสินไหมทดแทนที่รวดเร็ว (4.24) ส่วนมีการแจ้งเตือน หรือให้ความสำคัญเท่ากับลูกค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (4.21)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านการตอบสนอง  
ของผู้ซื้อประกันชีวิต

ความคาดหวังต่อการซื้อประกัน ชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง
ซื้อเพราะสนิทสนมกับพนักงานขาย	3.73	.75	มาก
ซื้อผ่านธนาคารหรือสถาบันการเงิน	4.17	.90	มาก
ซื้อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง	3.98	.62	มาก
ไม่ต้องการให้ผู้ค้าเคือคนอื่น	4.46	.58	มาก
ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวต้องรับภาระ	4.61	.56	มาก
ผ่อนชำระได้	4.49	.61	มาก
ซื้อตามเพื่อนบ้านที่เคยซื้อ	3.76	.78	มาก
ต้องการให้สินเชื่อนุ่มนัต	4.13	1.02	มาก
ผลประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าการประกันชีวิต	4.15	.82	มาก
รวม	4.16	.53	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก(4.24 ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวต้องรับภาระ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.61) รองลงมาคือ ผ่อนชำระได้ (4.49) ส่วนซื้อเพราะสนิทสนมกับพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.73)

**ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อ  
คุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบแบบที  
และการทดสอบแบบเอฟ**

ตารางที่ 4.18 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเพศ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์	ชาย (N = 224)		หญิง (N = 176)		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1 ความคาดหวังด้านบริษัท ประกันชีวิต	4.19	.44	4.17	.47	.50	.615
2 ความคาดหวังด้านตัวแทน/ นายหน้าผู้แนะนำ	4.16	.52	4.14	.53	.32	.745
3 ความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์	4.10	.49	4.17	.45	-1.34	.178
4 ความคาดหวังด้านการบริการ หลังการขาย	4.08	.94	4.43	.55	-4.34	.000*
5 การตอบสนองของผู้ซื้อ ประกันชีวิต	4.08	.57	4.27	.46	-3.60	.000*
รวม	4.12	.50	4.24	.44	-2.34	.019*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังด้านการบริการหลังการขาย และด้านพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริ โภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามอายุ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์	15 - 24 ปี		25 - 34 ปี		35 - 44 ปี		45 - 54 ปี		F	Sig
	(N = 9)		(N = 195)		(N = 134)		(N = 62)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.00	0.00	4.22	0.54	4.18	0.38	4.12	0.33	1.17	0.318
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	3.00	0.00	4.19	0.61	4.18	0.42	4.15	0.26	16.34	0.000*
3. ด้านผลิตภัณฑ์	3.50	0.00	4.12	0.57	4.20	0.38	4.08	0.12	6.97	0.000*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	4.00	0.00	4.05	0.98	4.43	0.60	4.46	0.47	8.29	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	3.66	0.00	4.08	0.6	4.24	0.51	4.31	0.21	6.75	0.000*
รวม	3.63	0.00	4.13	0.60	4.25	0.34	4.22	0.15	5.81	0.001*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริ โภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.20 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรอายุ

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	.741	3	.247	1.178	.318
	ภายในกลุ่ม	83.056	396	.210		
	รวม	83.797	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	12.435	3	4.145	16.348	.000*
	ภายในกลุ่ม	100.403	396	.254		
	รวม	112.837	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.507	3	1.502	6.972	.000*
	ภายในกลุ่ม	85.333	396	.215		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	15.639	3	5.213	8.299	.000*
	ภายในกลุ่ม	248.728	396	.628		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5.602	3	1.867	6.755	.000*
	ภายในกลุ่ม	109.484	396	.276		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.875	3	1.292	5.812	.001*
	ภายในกลุ่ม	88.024	396	.222		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรสถานภาพสมรส

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	โสด		สมรส		หม้าย/หย่าร้าง		F	Sig
	(N = 115)		(N= 268)		(N = 17)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1 ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.33	.63	4.14	.35	4.00	.00	8.74	.000*
2 ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	4.18	.79	4.15	.39	4.00	.00	.96	.383
3 ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	.63	4.11	.39	4.00	.00	1.58	.206
4 ด้านการบริการหลัง การขาย	4.06	1.01	4.30	.71	4.52	.51	4.72	.009*
5 การตอบสนองของ ผู้ซื้อประกันชีวิต	4.04	.62	4.22	.50	4.05	.05	5.25	.006*
รวม	4.16	.68	4.18	.37	4.11	.11	.26	.772

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ และด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรสถานภาพสมรส

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.537	2	1.768	8.747	.000*
	ภายในกลุ่ม	80.261	397	.202		
	รวม	83.798	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	.544	2	.272	.961	.383
	ภายในกลุ่ม	112.294	397	.283		
	รวม	112.838	399			
3.ความคาดหวังด้าน ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.712	2	.356	1.585	.206
	ภายในกลุ่ม	89.128	397	.225		
	รวม	89.840	399			
4.ความคาดหวังด้านการ บริการหลังการขาย	ระหว่างกลุ่ม	6.150	2	3.075	4.727	.009*
	ภายในกลุ่ม	258.217	397	.650		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.967	2	1.483	5.252	.006*
	ภายในกลุ่ม	112.120	397	.282		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.120	2	.060	.260	.772
	ภายในกลุ่ม	91.779	397	.231		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้งโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ และด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่าความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (แบบพหุคูณ) โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.23 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรสถานภาพ ด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง
		4.33	4.14	4.00
โสด	4.33	-	.18*	.33*
สมรส	4.14	-.18*	-	.14
หย่าร้าง	4.00	-.33*	-.14	-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้าง

ตารางที่ 4.24 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรสถานภาพ ด้านความคาดหวัง  
ด้านการบริการหลังการขาย

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง
		4.06	4.30	4.52
โสด	4.06	-	-.24*	-.46*
สมรส	4.30	.24*	-	-.22
หย่าร้าง	4.52	.46*	.22	*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และ โสด

ตารางที่ 4.25 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรสถานภาพ ด้านพฤติกรรม  
การซื้อประกันชีวิต

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง
		4.04	4.22	4.05
โสด	4.04	-	-.18*	-.01
สมรส	4.22	.18*	-	.16
หย่าร้าง	4.05	.01	-.16	-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด

ตารางที่ 4.26 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอน										F	Sig
	ปลาย		มัธยมตอนปลาย/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	(N = 92)	(N = 42)	(N = 14)	(N = 236)	(N = 16)							
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.00	0.00	4.00	0.00	4.50	0.51	4.22	0.51	5.00	0.00	25.02	0.000*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.02	0.09	4.30	0.33	4.50	0.51	4.11	0.62	4.88	0.10	13.18	0.000*
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	0.14	4.14	0.17	4.50	0.51	4.09	0.56	4.71	0.25	9.77	0.000*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	4.46	0.48	4.83	0.37	4.50	0.51	4.00	0.91	4.62	0.34	15.17	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.35	0.32	4.64	0.09	4.33	0.34	4.95	0.55	4.85	0.17	37.05	0.000*
รวม	4.18	0.15	4.38	0.16	4.46	0.48	4.07	0.55	4.81	0.10	14.6	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	16.940	4	4.235	25.020	.000*
	ภายในกลุ่ม	66.858	395	.169		
	รวม	83.797	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	13.291	4	3.323	13.184	.000*
	ภายในกลุ่ม	99.547	395	.252		
	รวม	112.838	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	8.091	4	2.023	9.773	.000*
	ภายในกลุ่ม	81.749	395	.207		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	35.205	4	8.801	15.170	.000*
	ภายในกลุ่ม	229.162	395	.580		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	31.399	4	7.850	37.050	.000*
	ภายในกลุ่ม	83.688	395	.212		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	11.840	4	2.960	14.604	.000*
	ภายในกลุ่ม	80.060	395	.203		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวัง  
ต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามอาชีพ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	เกษตรกร		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		อื่น ๆ		F	Sig
	(N = 67)		(N = 68)		(N = 171)		(N = 89)		(N = 5)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.00	0.00	4.51	0.50	4.19	0.53	4.07	0.27	4.00	0.00	14.73	0.000*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.13	0.25	4.55	0.46	3.98	0.63	4.18	0.34	4.40	0.00	16.76	0.000*
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.11	4.56	0.45	3.93	0.52	4.19	0.30	4.50	0.00	29.84	0.000*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	4.58	0.49	4.73	0.44	3.77	0.92	4.45	0.48	5.00	0.00	34.07	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.48	0.26	4.41	0.29	3.79	0.56	4.42	0.33	4.55	0.00	55.20	0.000*
รวม	4.25	0.18	4.55	0.40	3.93	0.54	4.26	0.27	4.49	0.00	29.75	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.29 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรอาชีพ

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	10.880	4	2.720	14.734	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.918	395	.185		
	รวม	83.797	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	16.377	4	4.094	16.766	.000*
	ภายในกลุ่ม	96.460	395	.244		
	รวม	112.837	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	20.850	4	5.213	29.845	.000*
	ภายในกลุ่ม	68.990	395	.175		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	67.822	4	16.956	34.076	.000*
	ภายในกลุ่ม	196.544	395	.498		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	41.266	4	10.316	55.201	.000*
	ภายในกลุ่ม	73.821	395	.187		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	21.277	4	5.319	29.751	.000*
	ภายในกลุ่ม	70.622	395	.179		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อ  
ประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	30,001-40,000								F	Sig
	10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		บาท		40,001 บาทขึ้นไป			
	(N = 82)	(N = 74)	(N = 121)	(N = 123)						
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	3.97	0.08	4.36	0.57	4.12	0.35	4.28	0.55	13.11	0.000*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	3.91	0.48	4.14	0.71	4.2	0.39	4.27	0.5	8.71	0.000*
3. ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.33	4.19	0.61	4.15	0.42	4.23	0.45	9.60	0.000*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	3.76	0.77	3.9	1.12	4.64	0.55	4.36	0.56	29.49	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	3.84	0.39	3.99	0.65	4.49	0.35	4.16	0.51	34.9	0.000*
รวม	3.87	0.36	4.12	0.67	4.32	0.3	4.26	0.45	18.24	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรระดับรายได้ต่อเดือน

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	7.574	3	2.525	13.117	.000*
	ภายในกลุ่ม	76.223	396	.192		
	รวม	83.797	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	6.991	3	2.330	8.719	.000*
	ภายในกลุ่ม	105.846	396	.267		
	รวม	112.838	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	6.094	3	2.031	9.606	.000*
	ภายในกลุ่ม	83.746	396	.211		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	48.287	3	16.096	29.498	.000*
	ภายในกลุ่ม	216.080	396	.546		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนองของผู้ซื้อ ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	24.068	3	8.023	34.905	.000*
	ภายในกลุ่ม	91.018	396	.230		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	11.159	3	3.720	18.244	.000*
	ภายในกลุ่ม	80.740	396	.204		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรประเภทรถยนต์ที่ซื้อ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์	รถเก๋ง		รถกระบะบรรทุก		t	Sig
	(N = 179)		(N = 221)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1 ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.35	.54	4.05	.31	6.74	.000*
2 ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้ แนะนำ	4.30	.59	4.03	.44	5.15	.000*
3 ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	.47	4.01	.43	6.07	.000*
4 ด้านการบริการหลังการขาย	4.35	.56	4.15	.96	2.43	.015*
5 การตอบสนองของผู้ซื้อ ประกันชีวิต	4.16	.49	4.16	.56	-.08	.933
รวม	4.29	.45	4.08	.47	4.37	.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกประเภทรถยนต์ที่ซื้อต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านพฤติกรรมการซื้อประกัน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์	โตโยต้า		อีซูซุ		มิตซูบิชิ		เซฟโตเลส		อื่น ๆ		F	Sig
	(N = 284)		(N = 35)		(N = 40)		(N = 15)		(N = 26)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.17	0.47	4.20	0.40	4.00	0.00	4.00	0.00	4.76	0.42	14.62	0.000*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.05	0.53	4.25	0.40	4.13	0.25	4.60	0.00	4.92	0.20	23.28	0.000*
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	0.47	4.32	0.38	4.11	0.21	4.25	0.00	4.85	0.30	23.69	0.000*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	3.99	0.82	4.73	0.39	4.82	0.38	5.00	0.00	4.96	0.19	29.98	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.01	0.51	4.60	0.05	4.34	0.38	4.66	0.00	4.68	0.15	27.72	0.000*
รวม	4.05	0.48	4.42	0.27	4.28	0.19	4.50	0.00	4.83	0.22	27.06	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกยี่ห้อรถยนต์ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์  
ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.34 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรยี่ห้อรถยนต์

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	10.811	4	2.703	14.627	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.987	395	.185		
	รวม	83.798	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	21.532	4	5.383	23.287	.000*
	ภายในกลุ่ม	91.306	395	.231		
	รวม	112.838	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	17.385	4	4.346	23.694	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.455	395	.183		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	61.573	4	15.393	29.983	.000*
	ภายในกลุ่ม	202.793	395	.513		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	25.227	4	6.307	27.722	.000*
	ภายในกลุ่ม	89.860	395	.227		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	19.768	4	4.942	27.063	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.131	395	.183		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกยี่ห้อรถยนต์ต่างกัน มีความคาดหวังต่อ  
การซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.35 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตาม บริษัทเงินทุน/ไฟแนนซ์/ธนาคาร ที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	โตโยต้าลีสซิ่ง		ธนาคารชนชาติ		ธนาคารไทยพาณิชย์		ธนาคารเกียรตินาคิน		F	Sig
	(N = 150)		(N = 120)		(N = 80)		(N = 50)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.17	0.45	4.28	0.47	4.07	0.40	4.18	0.46	3.57	.014*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.17	0.51	4.17	0.57	4.10	0.5	4.16	0.52	0.36	0.78
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	0.48	4.17	0.48	4.05	0.44	4.13	0.47	1.152	0.33
4. ด้านการบริการหลังการขาย	4.26	0.78	4.23	0.82	4.21	0.85	4.24	0.82	0.06	0.98
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.18	0.51	4.17	0.57	4.13	0.53	4.15	0.52	0.17	0.92
รวม	4.18	0.47	4.2	0.50	4.11	0.45	4.17	0.47	0.64	0.59

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.36 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.208	3	.736	3.573	.014*
	ภายในกลุ่ม	81.589	396	.206		
	รวม	83.798	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	.312	3	.104	.366	.777
	ภายในกลุ่ม	112.525	396	.284		
	รวม	112.837	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.777	3	.259	1.152	.328
	ภายในกลุ่ม	89.063	396	.225		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	.120	3	.040	.060	.981
	ภายในกลุ่ม	264.246	396	.667		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนองของผู้ ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	.149	3	.050	.172	.916
	ภายในกลุ่ม	114.937	396	.290		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.446	3	.149	.643	.588
	ภายในกลุ่ม	91.454	396	.231		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่างกันมีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.37 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	เป็นการบังคับ		ความคุ้มครอง		ได้รับอนุมัติง่าย		ไม่ต้องการ ให้เป็นภาระ		F	Sig
	(N = 65)		(N = 212)		(N = 45)		(N = 78)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.07	0.20	4.26	0.52	4.15	0.36	4.10	0.43	4.43	0.000*
2. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.15	0.35	4.17	0.64	4.20	0.36	4.09	0.34	0.54	0.654
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	0.16	4.18	0.58	4.21	0.37	3.99	0.31	3.51	0.020*
4. ด้านการบริการหลังการขาย	4.41	0.44	4.20	0.88	5.00	0.00	3.76	0.73	27.49	0.000*
5. การตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต	4.18	0.42	4.20	0.6	4.52	0.21	3.83	0.37	19.06	0.000*
รวม	4.18	0.24	4.20	0.57	4.41	0.23	3.95	0.33	9.99	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

ความคาดหวังต่อการซื้อ ประกันชีวิต	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านบริษัทประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.723	3	.908	4.434	.004*
	ภายในกลุ่ม	81.074	396	.205		
	รวม	83.797	399			
2.ด้านตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำ	ระหว่างกลุ่ม	.461	3	.154	.542	.654
	ภายในกลุ่ม	112.376	396	.284		
	รวม	112.837	399			
3.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.329	3	.776	3.513	.015*
	ภายในกลุ่ม	87.511	396	.221		
	รวม	89.840	399			
4.ด้านการบริการหลัง การขาย	ระหว่างกลุ่ม	45.568	3	15.189	27.491	.000*
	ภายในกลุ่ม	218.798	396	.553		
	รวม	264.366	399			
5.การตอบสนอง ของผู้ซื้อประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	14.522	3	4.841	19.062	.000*
	ภายในกลุ่ม	100.564	396	.254		
	รวม	115.086	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.470	3	2.157	9.998	.000*
	ภายในกลุ่ม	85.429	396	.216		
	รวม	91.899	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามตัวแปรการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิต  
เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์

ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์	แนะนำ (N = 394)		ไม่แนะนำ (N = 6)		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	1 ด้านบริษัทประกันชีวิต	4.19	.45	3.66		
2 ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ	4.15	.53	4.00	.00	.73	.465
3 ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	.44	2.75	.00	7.71	.000*
4 ด้านการบริการหลังการขาย	4.26	.80	3.00	.00	3.83	.000*
5 การตอบสนองของผู้ซื้อ ประกันชีวิต	4.14	.53	3.55	.00	2.83	.005*
รวม	4.18	.47	3.39	.00	4.10	.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อต่างกัน มีความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื้เช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ ไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปและอภิปรายผลภายใต้กรอบทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 1. สรุปการศึกษา

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของผู้บริโภคที่ซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการคาดหวังในการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

##### 1.2 วิธีการดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากที่เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ 2. ระดับความคาดหวังของลูกค้าผู้เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 3. การตอบสนองของลูกค้าผู้เช่าซื้อรถยนต์และซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบตามระดับความคาดหวัง ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance : ANOVA)

### 1.3 ผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปซื้อรถยนต์ประเภทรถกระบะบรรทุก ยี่ห้อโตโยต้า ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับโตโยต้าฟิสซึ่งเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ คือ ความคุ้มครองที่ครอบคลุมภาระหนี้

ระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 1.ด้านบริษัทประกันชีวิต ที่มีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ 2.ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำที่สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก รวดเร็ว 3. ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป 4.ด้านการบริการหลังการขาย สามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง 5. ด้านการตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวต้องรับภาระ

การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตัวแปรอาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือนประเภทรถยนต์ที่ซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ แตกต่าง และสถานภาพสมรส ไม่แตกต่าง

## 2. อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านบริษัทประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปานศรี (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการประกันภัย คือ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงในด้านการรับประกันภัยที่ดี

1.2 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปานศรี(2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าลักษณะการซื้อประกันสุขภาพซื้อแบบต่อเนื่องทุกปี ซื้อประกันสุขภาพผ่านตัวแทน

1.3 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปานศรี (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์

1.4 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความคาดหวังด้านการบริการหลังการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปานศรี (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลำดับความสำคัญในการซื้อประกันสุขภาพ คือบริการหลังการขาย

1.5 ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการตอบสนองของผู้ซื้อประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ ปานศรี(2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อประกันสุขภาพแบบรายเดือนมากที่สุด ความคุ้มครองส่วนใหญ่ที่ซื้อเป็นความคุ้มครองกรณีเข้าพักรักษาตัวแบบผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก(IPD+OPD) ลักษณะการซื้อประกันสุขภาพซื้อแบบต่อเนื่องทุกปี ซื้อประกันสุขภาพผ่านตัวแทน

2. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอัญชราภรณ์ คามวัลย์ (2554) ที่ศึกษา เรื่องเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่มต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ทางด้านการให้บริการ

3. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ วรนารถ แสงมณี (2554) ในเรื่อง

ความคาดหวังจากการเรียนในวิชาองค์การและการจัดการองค์การของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ นักศึกษามีความคาดหวังต่อรายวิชาแตกต่างกัน คือปัจจัยในเรื่องเพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน และคณะที่สังกัด

4. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับการวิจัยของอัญชราภรณ์ คามวัลย์(2554) ที่ศึกษา เรื่องเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่มต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จากัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการจ่ายคืนสินไหม

5. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอัญชราภรณ์ คามวัลย์(2554) ที่ศึกษา เรื่องเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่มต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จากัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่การศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังทางการให้บริการของเจ้าหน้าที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

6. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอัญชราภรณ์ คามวัลย์ (2554) ที่ศึกษา เรื่องเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่มต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จากัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางการให้บริการของเจ้าหน้าที่และกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

7. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความเสมอภาคของ Stacy Adams ได้อธิบายความคาดหวังของบุคคลว่าเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ตนได้ลงมือลงแรงทำและผลลัพธ์ที่ได้รับกับสิ่งที่คนอื่นทำและผลลัพธ์ที่คนอื่นได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความคาดหวังในลักษณะ ดังนี้

- ถ้าบุคคลรู้สึกว่าคุณได้รับผลตอบแทนที่ไม่เท่าเทียมกับผู้อื่น ในลักษณะที่น้อยกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจ และจะลดความคาดหวังต่อสิ่งนั้นๆ ลง

- ถ้าบุคคลรู้สึกว่าคุณได้รับผลตอบแทนที่ไม่เท่าเทียมกับผู้อื่น ในลักษณะที่มากกว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และลงมือลงแรงมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความคาดหวัง กับผลลัพธ์ที่ได้

- ถ้าบุคคลรู้สึกว่าคุณได้รับผลตอบแทนเท่าเทียมกับผู้อื่น จะทำให้ได้เกิดความพึงพอใจ และจะคาดหวังต่อสิ่งนั้นในระดับเดิมต่อไป

8. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ซื้อ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของพิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย

9. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของพิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย

10. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของพิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย

11. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของพิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย

12. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองเงินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของพิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย



### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์ควรเน้นเรื่องผลประโยชน์ที่มีความคุ้มครองครอบคลุมภาระหนี้จากการเช่าซื้อรถยนต์ และไม่ต้องทำให้คนในครอบครัวต้องรับภาระหนี้สิน แก่ผู้เช่าซื้อรถยนต์ทุกราย
2. ผู้ให้บริการเช่าซื้อควรให้ความสำคัญกับการแนะนำบริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงทางการเงิน และน่าเชื่อถือ
3. ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำต้องมีความรู้และสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก รวดเร็ว
4. ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่คุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้มีค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป เพื่อให้ลูกค้ารับภาระที่เพิ่มขึ้นไม่สูงจนเกินไป
5. ควรมีบริการหลังการขายที่ดีสามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และเกิดความประทับใจในการบริการ

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมถึงการขอสินเชื่อทุกประเภทเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์การประกันชีวิตที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กุลเชษฐ วัฒนผล และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ความไว้วางใจต่อการซื้อประกันชีวิต  
ธนาคารพาณิชย์ของผู้สูงอายุวัยเกษียณในเขตบางคอแหลมวารสารการตลาด  
และการสื่อสาร ปีที่1 ฉบับที่2 (เมษายน – มิถุนายน 2556)
- กิตติพงษ์ เกียรติสุนทร (2547) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต: ศึกษาเฉพาะ  
กรณีบริษัทพยูเคินเซียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย  
สถาบันราชภัฏพระนคร
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2551) การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต  
*BU Academic Review* 7,1 (มกราคม – มิถุนายน 2551)
- ข้อมูลสถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่ง  
ทางบก ปี พ.ศ. 2557 สำนักงานขนส่งจังหวัดนครศรีธรรมราช (2557) (ออนไลน์)  
“กรมการขนส่งทางบก”เข้าถึงได้จาก [http://apps.dlt.go.th/statistics\\_web/newcar.html](http://apps.dlt.go.th/statistics_web/newcar.html).
- เจตชาติ ดวงสงค์ (ม.ป.ป.) บทความเรื่องทฤษฎีความคาดหวัง เชียงใหม่: วิทยาลัยบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ชิษณุกร พรภาณูวิษฐ์ (2540) ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากร  
ธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษาจังหวัดแพร่  
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สิ่งแวดล้อม)  
มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชำนาญ แซ่ตั้ง (2547) ความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียน  
เมืองปรางบุรี กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(บริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ชูศักดิ์ บัวแก้ว และศุณี กุลตระวุฒิ (2541) ลักษณะการทำประกันชีวิตและการทำวินาศภัย  
ของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โครงการทำวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาโท  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหา-วิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทิพย์พล กิตติอาภา และคณะ (2546) “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนายหน้า  
ประกันภัยโดยธนาคารพาณิชย์” ภาคนิพนธ์คณะรัฐประศาสนศาสตร์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล และ สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540) ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับความรู้พื้นฐานสำหรับกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพมหานคร: ปรินิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (การศึกษาผู้ใหญ่) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- บริษัทไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต (2549) Brancassurance : เอกสารประกอบการอบรมพนักงานหัวข้อความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์.
- เบญจา นิลบุตร (2540) “ความคาดหวังของข้าราชการตำรวจต่อรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาศึกษากรณีศึกษากองบัญชาการศึกษา” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ศุคผ่อง ศรีบุบผา (2547) “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและ ความภักดีต่อการบริการ” วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรนิภา ชีพสวัสดิภาพ และคณะ (2544) “ทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อการทำประกันชีวิตกรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม” ภาคนิพนธ์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- เพ็ญมาศ ศิริกิจวัฒนา (2543) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพ” วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เพ็ญศรี วรรณสุข (2547) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้า บริษัท軒軒ไวด์ประกันชีวิต จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 541 วารสารการตลาด และการสื่อสาร ปีที่1 ฉบับที่2 (เมษายน – มิถุนายน 2556)
- พัทธญาณี กัจฉปรีรินทร์ (2546) การศึกษาโครงสร้างตลาดในประเทศไทยและพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครของธุรกิจประกันชีวิต วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พระมหาไชยา ชยสิทธิ (2548) ทัศนคติและความคาดหวังของครูและนักเรียนที่มีต่อพระภิกษุผู้สอนธรรมศึกษา วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาพระพุทธศาสนา) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
- พวงเพชร วัชรอยู่ (2552) เอกสารประกอบการสอนจิตวิทยาการจูงใจในการทำงาน กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- พิกุล ทรัพย์โชค (2550) การศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาวิทยาลัย  
อาชีวศึกษานครปฐม กรุงเทพมหานคร: สารนิพนธ์การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
(การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พิสิฐ มหามงคล (2546) ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของ  
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร  
มหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ และคณะ (2554) “ความคาดหวังในการเรียนรายวิชาฟิสิกส์พื้นฐานของ  
นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีการผลิตพืช ด้วยการเรียนการสอนแบบผสมผสาน”  
การประชุมวิชาการครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน  
นครปฐม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- สุภูมิ เฉลยทรัพย์ (2552) ความคาดหวังของคนกรุงเทพฯ ต่อบทบาทและหน้าที่ของมหาวิทยาลัย  
กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- สุรางค์ ใคว์ตระกูล (2541) จิตวิทยาการศึกษา กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรีย์ กาญจนวงศ์ (2542) จิตวิทยาสังคม นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล
- สิริลักษณ์ ปานศรี (2554) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ เข้าถึงจาก  
<http://www.research.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/12>
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2554) ทฤษฎีความคาดหวัง. เข้าถึงจาก  
[http://www.stat.rmutt.ac.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=95:expectancy-theory&catid=37:researchaart&Itemid=86](http://www.stat.rmutt.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=95:expectancy-theory&catid=37:researchaart&Itemid=86)
- มนัญญา วิบูลเจริญ (2546) “ทัศนคติของผู้เอาประกันที่มีต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของ ธุรกิจประกันชีวิต  
กรณีศึกษา ผู้ที่มาใช้บริการบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ณ สำนักงานใหญ่”  
สารนิพนธ์ บช.ม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- เมทินี ทนงกิจ (2554) เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 02-111 จิตวิทยาพื้นฐาน เชียงใหม่:  
ภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
- รักษนก โสภพิศ (2542) การมีส่วนร่วมและความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการอาชีวศึกษา  
ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดนครปฐม วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

- วรรณารถ แสงมณี (2554) ความคาดหวังจากการเรียนในวิชาองค์การและการจัดการองค์การของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง
- วิกานดา เสรีสมนึก (2550) “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต  
ของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิภาดา วัฒนนามกุล (2539) ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุ  
ในครอบครัวของผู้สูงอายุและผู้ดูแลในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดขอนแก่น วิทยานิพนธ์  
พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วิไลวรรณ วิทยธรรมรัช (2543) การศึกษาความหวังของบิดามารดาต่อพฤติกรรมของนักเรียน  
นักศึกษา ตามการรับรู้ของนักเรียน. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต  
(จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ (2552) ความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาทางรัฐประศาสนศาสตร์:  
กรณีศึกษามหาวิทยาลัย 6 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร” วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ 7  
(1): 71-104
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (2551) ความคาดหวังของนักศึกษาชั้นปีที่ 1  
ที่มีต่อการให้บริการด้านต่างๆ ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง รุ่นปีการศึกษา 2551. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง
- สกวเดือน ปชนสมิทธิ (2540) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงาน  
ธนาคาร วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
หน้า 64
- สระเรฟ เหมมัน (2540) ทักษะคิดและพฤติกรรมผู้บริ โภคในการทำประกันชีวิต ภาคนิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิตสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สายสมร มุกทอง (2547) การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อประกันชีวิต  
วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิตสาขารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- สุดใจ เดชชนมงคลชัย (2545) ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิต วิทยานิพนธ์ปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- สุภูมิ เกลยทรัพย์ (2552) ความคาดหวังของคนกรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทและหน้าที่ของ  
มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- สุณีย์ ชีรดากร (2542) จิตวิทยาการศึกษา กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว  
คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยครูพระนคร
- สุรางค์ โส้วตระกูล (2541) จิตวิทยาการศึกษา กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรีย์ กาญจนวงศ์ (2542) จิตวิทยาสังคม นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล
- สันติชัย คำสมาน (2534) ความคาดหวังของศึกษาธิการอำเภอกับผู้ประสานงานการศึกษานอก  
โรงเรียนอำเภอเกี่ยวกับการบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน กรุงเทพมหานคร  
วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการศึกษาผู้ใหญ่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อนัญญา โปราณานนท์ (2544) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์  
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต โครงการทำวิจัย คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- อัญชราภรณ์ ความวัลย์.(2554).เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยกลุ่ม  
ต่อส่วนงานสินไหมประกันกลุ่ม บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)  
สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ไอพาร์ สกตเดชา (2546) “ทัศนคติต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคาร (Bancassurance)  
ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสามัญใน 542. วารสารการตลาด และการสื่อสาร ปีที่ 1  
ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน 2556) กรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Clay, R. (1988). Chambers English Dictionary. Great Britain: Bunay Suffolk.
- De Cecco, J.P. (1967). The Psychology of Language: Thought and Instruction. New York:  
Holt Runchart and Winston
- Finn, D. (1921). Corporate Oligarchy. New York: Simon and Schuster.
- Getzels, J.W. (1968). Educational Administration as a Social Process: Theory, Research,  
Practice. New York: Harper & Row.
- Oxford University. (1989). The Oxford English Dictionary Second Edition Volume. Oxford  
University.
- Robbins, S.P. and Judge, T.A. (2007). Organizational Behavior. 12 Ed. New Jersey:  
Pearson Prentice Hall.
- Son, W. (1988). Essential English Dictionary. Great Britain: GlasGow.

Vroom, V. H. (1990). Manage people not personnel: Motivation and performance appraisal.

Boston: Harvard Business School Press.

\_\_\_\_\_. (1964). Work and motivation. New York: John Wiley & Sons.

Vroom, V. (1970). Management and Motivation. New York: Mcgrow-Hill Book.





ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์  
ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการหาข้อมูลในการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษา  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ แขนงวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
ผู้ดำเนินการศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม และหวังว่าจะได้รับความร่วมมือ  
จากท่าน ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา และถือเป็นความลับ ผู้ดำเนินการศึกษา  
ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  และเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านและความคิดเห็น  
ของท่าน

**ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ  
 1. ชาย  2 หญิง
2. อายุ  
 1. 15 - 24 ปี  2. อายุ 25 – 34 ปี  
 3. อายุ 35 – 44 ปี  4. อายุ 45 – 54 ปี  
 5. อายุมากกว่า 55 ปี
3. สถานภาพสมรส  
 1. โสด  2. สมรส /อยู่ด้วยกัน  
 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา  
 1. ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย  2. มัธยมตอนปลาย/ปวช.  
 3. อนุปริญญา/ปวส.  4. ปริญญาตรี  
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ
1. เกษตรกรรม  2. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน  4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
6. ระดับรายได้ต่อเดือน
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท  2. 10,001 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท  4. 30,001 – 40,000 บาท
5. 40,001 บาทขึ้นไป
7. ประเภทรถยนต์ที่ซื้อ
1. รถเก๋ง  2. รถกระบะบรรทุก
3. รถตู้  4. อื่นๆ .....
8. ยี่ห้อรถยนต์
1. โตโยต้า  2. อีซูซุ
3. มิตซูบิชิ  4. เซฟโรเลส
5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
9. บริษัทเงินทุน / ไฟแนนซ์ / ธนาคาร ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
1. โตโยต้าลีสซิ่ง  2. ธนาคารชนชาติ
3. ธนาคารไทยพาณิชย์  4. ธนาคารเกียรตินาคิน
5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
10. เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
1. เป็นการบังคับของบริษัทเงินทุนผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
2. ความคุ้มครองที่ครอบคลุมภาระหนี้
3. ค่าเบี้ยประกันชีวิตต่ำ
4. ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของบริษัท
5. ตัวแทน/นายหน้า ผู้แนะนำอธิบายเข้าใจง่าย น่าเชื่อถือ
6. สินเชื่อเช่าซื้อจะได้รับการอนุมัติง่ายขึ้น
7. ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวและผู้รับภาระ
8. อื่นๆ โปรดระบุ .....

11. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หรือไม่ (โปรดระบุเหตุผล)

1. แนะนำ

2. ไม่แนะนำ

**ตอนที่ 2** ระดับความคิดเห็นต่อความคาดหวัง และการตอบสนองการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

คำถาม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านบริษัทประกันชีวิต</b> บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป					
บริษัทมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ					
บริษัทที่มีที่ตั้งสำนักงานสาขาชัดเจน					
<b>ด้านตัวแทน/นายหน้าผู้แนะนำ</b> มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่แนะนำ					
มีใบอนุญาตตัวแทน/นายหน้าตามกฎหมาย					
การติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน					
มีความสม่ำเสมอในการบริการ					
มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ					
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b> กรมธรรม์มีรูปแบบที่สวยงาม ตัวอักษรชัดเจน					
ความคุ้มครองที่ครอบคลุมมากกว่าคุ้มครองสินเชื่อ เช่น คุ้มครองค่ารักษาพยาบาล					
สามารถเลือกรูปแบบความคุ้มครองได้					
ค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าปกติทั่วไป					
<b>ด้านการบริการหลังการขาย</b> สามารถติดต่อได้ง่าย 24 ชั่วโมง					

ความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีการแจ้งเตือน หรือให้ความสำคัญเท่ากับลูกค้าทั่วไป					
การบริการด้านสินไหมทดแทนที่รวดเร็ว					
การตอบสนองของผู้ซื้อ เพราะสนิทสนมกับพนักงานขาย					
ซื้อผ่านธนาคารหรือสถาบันการเงิน					
ซื้อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง					
ไม่ต้องการให้ผู้ค้าเดือคร้อน					
ไม่ต้องการให้คนในครอบครัวต้องรับภาระ					
ผ่อนชำระได้					
ซื้อตามเพื่อนบ้านที่เคยซื้อ					
ต้องการให้สินเชื่อนุ่มนืด					
ผลประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าการประกันชีวิต					

ฉบับแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายวิทยา อบโอ
วัน เดือน ปีเกิด	28 เมษายน 2523
สถานที่เกิด	อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2545 ศ.บ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2554
สถานที่ทำงาน	บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่สินเชื่อและการตลาด

