

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2558

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2558

ทวีพัฒน์ ภูทอง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).*

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์.

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของโตเกียวมารีน ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) สถิติ Brown-Forsythe และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป และส่วนใหญ่จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง จำนวน 2 ฉบับ

2. ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ในการรับบริการด้านประกันชีวิตผ่านตัวแทนเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และด้านการเข้าถึงลูกค้า ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ โตเกียวมารีน ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อตัวแทนของโตเกียวมารีนคือ ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทักษะการขาย ด้านการให้บริการ และด้านบุคลิกภาพ ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ โตเกียวมารีน ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

5. จากผลการวิจัยพบว่าเพศและสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนของโตเกียวมารีน

6. ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิต โดยลูกค้าประกันชีวิตที่มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี และอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มีความพึงพอใจในภาพรวมน้อยกว่าลูกค้าประกันชีวิตที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจ โดยลูกค้าประกันชีวิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในภาพรวม มากกว่าลูกค้าประกันชีวิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของโตเกียวมารีน โดยลูกค้าประกันชีวิตที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ วิศวกร สถาปนิก ฯลฯ มีความพึงพอใจในภาพรวมมากกว่าลูกค้าประกันชีวิตที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

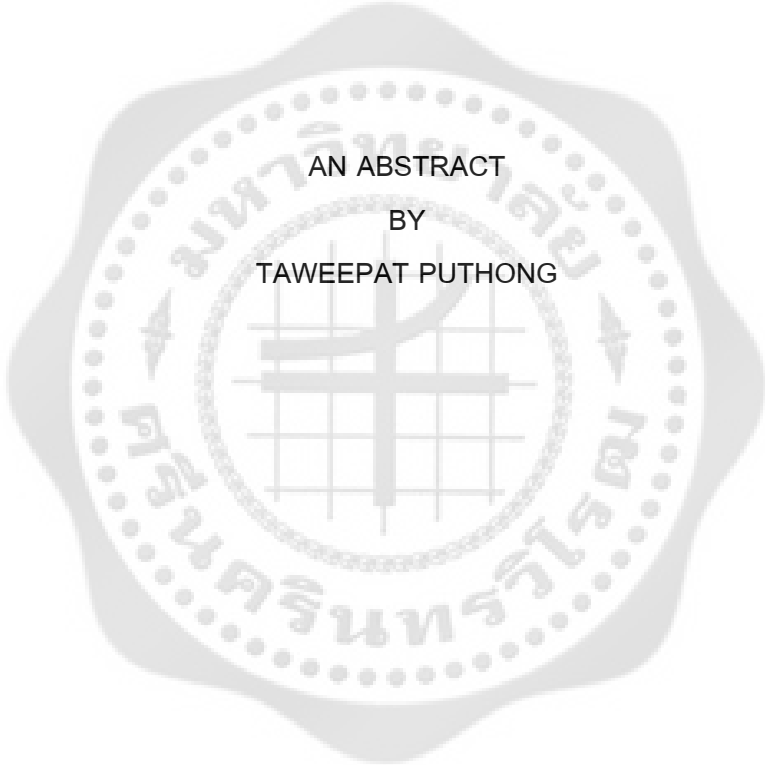
9. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของโตเกียวมารีน แตกต่างกัน โดยลูกค้าประกันชีวิตที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความพึงพอใจในภาพรวมมากกว่าลูกค้าประกันชีวิตที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท และ 35,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของโตเกียวมารีนแตกต่างกัน โดยลูกค้าประกันชีวิตที่มีกรมธรรม์ที่ถือครองจำนวน 3 ฉบับ มีความพึงพอใจในภาพรวมมากกว่าลูกค้าประกันชีวิตที่มี กรมธรรม์ที่ถือครองจำนวน 1 และ 2 ฉบับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. คุณภาพการบริการของโตเกียวมารีน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ โตเกียวมารีน ของกลุ่มตัวอย่าง ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

12. คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ โตเกียวมารีนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ โตเกียวมารีนของประชากรในกรุงเทพมหานคร ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

FACTOR CONTRIBUTING TO SATISFACTION OF LIFE INSURANCE THROUGH
INSURANCE AGENTS: A CASE STUDY OF TOKIO MARINE LIFE INSURANCE
(THAILAND) PCL.



AN ABSTRACT
BY
TAWEEPAT PUTHONG

Present in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

May 2015

Taweepat Puthong. (2015). *Factor contributing to satisfaction of life insurance through insurance agents: a case study of Tokio Marine Life Insurance (Thailand) PCL.*

Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School,
Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr.Paiboon Archarungroj.

The purpose of this research is to study the satisfaction of life insurance client, through insurance agent channel. Questionnaires were used to collect data from 385 Tokio Marine Life Insurance (Thailand) PCL.'s clients who are residents in Bangkok, and are 20 years and over.

The statistics used for data analysis include percentage, mean and standard deviation. The statistics used in hypothesis testing consist of t test analysis, one-way analysis of variance and Brown-Forsythe analysis.

The results show that

1. The majority of sample was female, aged between 30 - 39 with a Bachelor degree, single, and professional workers, most earn minimum monthly income of 35,001 baht, and hold at least 2 copies of life insurance policy.

2. Factors that are most important is reliability, followed by the quick response and access to customers respectively.

3. Characteristic of Insurance agents which was most important to the clients is knowledge of the followed by the sales skills, terms of service and personality respectively.

4. Overall satisfaction in life insurance through an insurance agent of Tokio Marine Life in Bangkok was very satisfy.

5. The results shows that the gender and marital status did not contribute to the difference in satisfaction toward agent life insurance.

6. The age range of the sample contributed to satisfaction in life insurance, with life insurance customers between the ages of 30 - 39 years of age and between 40 - 49 years have overall lower satisfaction than life insurance customers aged over 50 years at 0.05 statistical significant level.

7. Education level of the sample affected customer satisfaction. With life insurance customers who have low education are satisfied overall more than the customers with high education level, Postgraduate Education and above 0.05 statistical significant level.

8. A different career affected on satisfaction level. Customers who work as specialist job such as doctors, engineers, architects, etc., overall satisfied more than

customers with company or government/ state enterprises employees and self-employed at 0.05 statistical significant level.

9. The average monthly income of the sample affected satisfaction in life insurance, customers with less than or equal to. 15,000 baht are overall satisfied more than life customers with income of over 15,001 at 0.05 statistical significant level.

10. Number of insurance holding affects satisfaction in life insurance. Customer who held 3 policies are more satisfied than customers who held only 1 or 2 policies at 0.05 statistical significant level.

11. Quality Service of Life Insurance had an impact of satisfaction level through an insurance agent in all aspects at 0.01 statistical significance level.

12. Features and qualification of insurance agent was related to satisfaction in life insurance population in Bangkok in all aspects at the 0.01 statistical significance level.



ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี เนื่องจากความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์เป็นอย่างดียิ่ง นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของ อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทินและ อาจารย์ สิทธิธำกร ชูทรัพย์ กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้เลี้ยงดูด้วยความรัก อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เติบโตมาเป็นคนดี และมอบโอกาสการศึกษาให้มีวิชาความรู้ติดตัวมาจนปัจจุบัน นอกจากนั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณ เพื่อนๆ MBA รุ่น 12 ที่เป็นกำลังใจ คอยห่วงใยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และช่วยผลักดันจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนกระทั่งประสบความสำเร็จในวันนี้

ทวีพัฒน์ ภูทอง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....	7
สมมติฐานในการศึกษาวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจ.....	9
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ.....	11
ประวัติความเป็นมาของการประกันชีวิต.....	17
รายละเอียดเกี่ยวกับการประกันชีวิตและตัวแทนประกันชีวิต.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย.....	33
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	33
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	57
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	80

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	82
สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญ และสมมติฐานในการวิจัย.....	82
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
การอภิปรายผลการวิจัย.....	87
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	93
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	95
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	96
ภาคผนวก ก.....	100
ภาคผนวก ข.....	107
ภาคผนวก ค.....	109
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	111

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานคร ต่อข้อมูลด้านคุณภาพบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).....	51
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของประชากรใน กรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).....	53
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.....	56
5 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test.....	58
6 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test.....	59
7 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ใน ภาพรวม จำแนกตามอายุ	60
8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ.....	60
9 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test.....	62
10 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ.....	63

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent Samplet-test.....	65
13 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	66
14 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ.....	67
15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ.....	68
16 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test.....	70
17 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	70
18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ.....	71
19 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองโดยใช้ Levene's test	73
20 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง.....	73
21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ....	74
22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจใน การทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.....	77
24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.....	80
25 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3.....	81



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 สามเหลี่ยมแห่งบริการ.....	13
3 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services).....	15



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันชีวิตรวบรวมระหว่างมกราคม-ธันวาคม 2554 มีทั้งสิ้น 328,596.7 ล้านบาทมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันจากปี 2553 ร้อยละ 10.9 โดยแยกเป็นเบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่จำนวน 98,521.2 ล้านบาทอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 และเบี้ยประกันชีวิตปีต่อไป 230,075.5 ล้านบาทอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.6 โดยมีอัตราความคงอยู่ร้อยละเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมของเศรษฐกิจไทยที่จีดีพีหรือผลผลิตมวลรวมภายในประเทศขยายตัวประมาณร้อยละ 3 ขณะเดียวกันเบี้ยประกันชีวิตเติบโตถึงร้อยละ 10.9 การเติบโตของเบี้ยประกันชีวิตที่ผ่านมา หากเปรียบเทียบเฉพาะรายไตรมาสของปี 2554 และปี 2553 พบว่า ในปี 2554 ไตรมาส 1 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.0 ไตรมาส 2 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.1 ไตรมาส 3 และไตรมาส 4 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 และ 6.6 ตามลำดับ เป็นผลให้เบี้ยประกันชีวิตตลอดทั้งปี 2554 เติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 10.9 (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2555) ส่งผลให้ในปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตก็มีการแข่งขันกันอย่างสูงในขณะเดียวกันอัตราการขยายตัวของตัวแทนประกันชีวิตเพิ่มขึ้นทุกปีโดยตัวแทนที่สอบผ่านสมาคมประกันชีวิตไทยปี 2554 (1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2554) มียอดผู้สอบตัวแทนที่สอบผ่านสมาคมประกันชีวิตไทยทั้งสิ้น 129,051 คน (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2555)

โดยกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่ใช่สินค้าที่จับต้องได้และแลเห็นได้ จนกว่าผู้เอาประกันภัยจะได้เป็นเจ้าของเสียก่อน ด้วยเหตุนี้ตัวแทนประกันชีวิตจึงเป็นสื่อสำคัญที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการซื้อ หรือจะพูดอีกนัยหนึ่งก็คือตัวแทนประกันชีวิตมีความรับผิดชอบที่จะต้องแสดงให้เห็นความจำเป็นต่อการเสี่ยงภัยในการยังชีพส่วนตัวหรือครอบครัวในอนาคตและวิธีที่จะบรรเทาหรือแก้ไขความจำเป็นนั้นด้วยการเอาประกันชีวิต ถ้าเปรียบเทียบตัวแทนเหมือนเครื่องจักรกลในการนำสินค้าออกสู่ตลาด ตัวแทนก็เป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ เพราะถ้าขาดเครื่องจักรตัวนี้ด้วยเหตุใดก็ตามกิจการก็จะหยุดชะงักนั้นย่อมหมายถึงว่าไม่มีพลังตัวแทน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537. เอกสารการสอนชุดวิชาการประกันชีวิต.)

ดังนั้น ความสำเร็จของธุรกิจประกันชีวิตขึ้นอยู่กับตัวแทนประกันชีวิตที่มีคุณภาพ (พรหมมาศ แสงทอง, 2546: 65) เนื่องจากตัวแทนประกันชีวิต เป็นคนแรกที่ออกไปเจอลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญเปรียบเหมือนกับการปลูกต้นไม้ไม่ต้องใช้เวลาการดูแลรักษาทำนุบำรุงอย่างสม่ำเสมอ และที่สุดหากต้นไม้ผ่านฤดูกาลแห่งการเติบโตและได้รับการดูแลรักษาเป็นอย่างดีในที่สุดจะผลิดอกออกผลเบ่งบานงดงามอยู่ในใจของผู้บริโภคอย่างแน่นอน และการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมนานาชาติประเทศไม่เพียงแต่อาศัยมาตรการและวิธีการพัฒนาส่งเสริมจากหน่วยงานของรัฐเพียงอย่างเดียวแต่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่

เกี่ยวข้องในภาคเอกชนและตัวแทนประกันชีวิตเป็นองค์กรหนึ่งที่จะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจประกันชีวิตสาขาเดียวเท่านั้นแต่ยังหมายถึงความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและตัวแทนประกันชีวิตจะเป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมสร้างความมั่นคงดังกล่าวนี้นี้ด้วย

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต ในประเด็นต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ และด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ปรับปรุงคุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตและรูปแบบการให้บริการหลังการขายให้ตรงกับความต้องการของผู้ทำประกันชีวิตเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
3. ผลของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถใช้ในการคาดคะเนพฤติกรรมของผู้ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) ได้แก่ ลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample) ได้แก่ ลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) และให้ความเชื่อมั่น 95% จำนวน 385 คน โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยที่ไม่สามารถทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นของแต่ละหน่วยได้ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยการฝากแบบสอบถามไว้กับเลือกตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เจาะจงเฉพาะตัวแทนที่ยังคงมีการส่งเบี้ยประกันชีวิตโดยเฉาะตัวแทนรายใหญ่ที่มีพื้นที่ดูแลในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการให้ตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) นำแบบสอบถามที่ได้รับ แจกจ่ายให้กับลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกตามสถานที่ต่างๆ ที่ตัวแทนประกันชีวิตได้มีการนัดหมายไว้แล้ว เพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.2.2 21-30 ปี

1.2.3 31-40 ปี

1.2.4 41-50 ปี

- 1.2.5 มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 1.3.2 ปริญญาตรี
 - 1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.4 สถานภาพสมรส
 - 1.4.1 โสด
 - 1.4.2 สมรส
 - 1.4.3 หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
- 1.5 อาชีพ
 - 1.5.1 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 1.5.2 ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
 - 1.5.3 ธุรกิจส่วนตัว
 - 1.5.4 อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
 - 1.6.2 15,001 - 25,000 บาท
 - 1.6.3 25,001 - 35,000 บาท
 - 1.6.4 35,001 บาทขึ้นไป
- 1.7 จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง
 - 1.7.1 1 ฉบับ
 - 1.7.2 2 ฉบับ
 - 1.7.3 3 ฉบับขึ้นไป
2. ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
 - 2.1 ด้านความเชื่อถือได้
 - 2.2 ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว
 - 2.3 ด้านการเข้าถึงลูกค้า
3. ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
 - 3.1 ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์
 - 3.2 ด้านทักษะการขาย
 - 3.3 ด้านการให้บริการ
 - 3.4 ด้านลักษณะเชิงกายภาพ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง ลักษณะของลูกค้ายุติกรรมประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนกรรมสิทธิ์ที่ถือครอง

2. **ตัวแทนประกันชีวิต** หมายถึง เป็นผู้ซึ่งบริษัทประกันชีวิตมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทซึ่งตัวแทนเหล่านี้จะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้เอาประกันภัยมากที่สุดและมีหน้าที่คอยให้บริการต่างๆแก่ผู้เอาประกันภัยเริ่มตั้งแต่การแนะนำการกรอกข้อความในใบคำขอเอาประกันภัยการส่งมอบกรรมสิทธิ์ประกันภัยการเก็บเบี้ยประกันภัยจากผู้เอาประกันภัยในแต่ละงวดรวมถึงการให้คำแนะนำต่างๆ ให้ผู้ประกันภัยปฏิบัติให้ถูกต้องตามเงื่อนไขในกรรมสิทธิ์ประกันภัยการดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนและการให้บริการในด้านอื่นๆด้วยหรือถ้าหากผู้เอาประกันภัยมีปัญหาหรือสงสัยประการใดเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ที่ได้ทำประกันชีวิตไว้ก็สามารถสอบถามหรือขอคำแนะนำกับตัวแทนประกันชีวิตที่มาติดต่อกับท่านก็ได้ผู้ซึ่งบริษัทได้มอบหมายให้ทำการชักชวนบุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. 2551) ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

3. **แบบประกัน** หมายถึง ในที่นี้คือ ประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance) คือการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยค่อนข้างสูงเหมาะสมสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางหรือสูงโดยทั่วไปกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปีรายหกเดือน หรือรายสามเดือนการพิจารณารับประกันชีวิตมีทั้งแบบตรวจสอบสุขภาพและไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินเอาประกันภัยและอายุเป็นสำคัญ (สมาคมประกันชีวิตไทย.2555)

4. **คุณภาพการบริการ** หมายถึง สิ่งที่ใช้เป็นมาตรฐานในการตัดสินความพึงพอใจของผู้ซื้อกรรมสิทธิ์ประกันชีวิตกับตัวแทนประกันซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความภักดีและพฤติกรรมในเชิงบวก เช่นการซื้อซ้ำหรือการชักชวนบุคคลอื่นให้ซื้อกรรมสิทธิ์ประกันชีวิตกับตัวแทนประกันชีวิตซึ่งวัดจาก

4.1 ความรู้ของผลิตภัณฑ์หมายถึงตัวแทนประกันชีวิตสามารถให้ความรู้ในผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องแม่นยำและมีความเข้าใจในการแนะนำผลิตภัณฑ์

4.2 ทักษะการขาย หมายถึงระดับความรู้ความสามารถที่จะโน้มน้าวชักจูงลูกค้าให้เกิดความมั่นใจการให้เกียรติและความมีมิตรภาพกับลูกค้า

4.3 การให้บริการหมายถึงความพร้อมที่จะให้บริการความเต็มใจของตัวแทนประกันชีวิตที่จะช่วยเหลือและให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

5. **คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต** หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตที่พึงประสงค์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

5.1 ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถเป็นผู้แนะนำและให้คำปรึกษาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับลูกค้าได้ และสามารถให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่างๆเกี่ยวกับแบบประกันชีวิตอย่างชัดเจนและรวดเร็ว

5.2 ด้านทักษะการขาย ตัวแทนประกันชีวิตต้องสามารถโน้มน้าวชักจูงให้เกิดความมั่นใจในการทำประกันชีวิต ให้เกียรติและมีมิตรภาพกับลูกค้า สามารถอธิบายให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียความคุ้มครองแบบประกัน และมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ได้อย่างสม่ำเสมอ

5.3 ด้านการให้บริการ ตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอช่วยเหลือและให้บริการด้วยความเต็มใจอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

5.4 ด้านบุคลิกภาพ ตัวแทนประกันชีวิต ต้องเป็นบุคคลที่มีน้ำเสียงพูดสุภาพเรียบร้อย มีการแต่งกายที่ดีเหมาะสมมีรสนิยม ถูกกาลเทศะ ท่าทาง การวางตัวดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย มีความกระตือรือร้น ตรงต่อเวลา และสามารถเป็นเพื่อนที่ดีในการขอคำปรึกษาด้านประกันชีวิต

6. **กรรมธรรม์ประกันชีวิต** หมายถึง หนังสือสัญญาระหว่างตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กับผู้เอาประกันซึ่งระบุเงื่อนไขความรับผิดชอบต่างๆ ที่บริษัทประกันชีวิตมีต่อผู้เอาประกันภัย

7. **เบี้ยประกัน** หมายถึง จำนวนเงินสุทธิที่ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตชำระเป็นรายปีแก่บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยผ่านตัวแทนประกันชีวิตเพื่อการได้รับความคุ้มครองในรูปของสินไหมทดแทนในกรณีเกิดเหตุการณ์อันพึงได้รับสินไหมทดแทนตามกรรมธรรม์ประกันชีวิต

8. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินการให้บริการของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองและได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

กรอบความคิดในการศึกษาวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)”



ภาพประกอบ 1 กรอบความคิด

สมมติฐานในการศึกษาวิจัย

จากการรวบรวมผลการศึกษาในอดีตและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนภรรยาที่มีถือครองที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
3. คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรอบแนวความคิด และแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ
3. ประวัติความเป็นมาของการประกันชีวิต
4. รายละเอียดเกี่ยวกับการประกันชีวิตและตัวแทนประกันชีวิต
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจ

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจจึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคว่าเป็นอย่างไรดังที่นักการตลาดและนักวิชาการได้ให้ความหมายที่หลากหลายดังนี้

โมส (Morse. 1955: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้และความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการมนุษย์ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้องแต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความพอใจ

วรูม (Vroom. 1964: 99) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

เดวิส (Devis. 1967: 61) กล่าวว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกายเมื่อมนุษย์สามารถจัดสิ่งต่างๆดังกล่าวดได้แล้วมนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

กู๊ด (Good. 1993: 59) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหมายถึงสภาพหรือระดับความพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจและทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

ทิฟฟินและแมคคอคมิก (Tiffin; & McCormick. 1965: 349) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐานมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจและพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

นิคม สอาดเอี่ยม (2539: 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 36) ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล

กล่าวโดยสรุปความพึงพอใจคือความรู้สึกทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินการบริการเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองและได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือความรู้สึกในเชิงบวกอันเกิดขึ้นจากสัมฤทธิ์ผลในการหลีกเลี่ยงจากสิ่งอันไม่พึงประสงค์

การประเมินความพอใจ

จากความหมายของความพอใจเห็นได้ชัดเจนว่าความพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับกับความคาดหวังของเขาถ้าสิ่งที่เขาได้รับไม่ถึงความคาดหวังที่ตั้งไว้ลูกค้าย่อมไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าสิ่งที่เขาได้รับมามีเท่ากับความคาดหวังของเขาลูกค้าย่อมพอใจ (Satisfied) ถ้าสิ่งที่เขาได้รับมีมากกว่าความคาดหวังของเขามาก ๆ ลูกค้าย่อมพอใจอย่างมากหรือดีใจ (Highly Satisfied) หลายบริษัทมุ่งหมายที่จะได้ความพอใจของลูกค้ามาก ๆ เพราะถ้าลูกค้าเพียงแค่ว่าพอใจเขาอาจจะลองใช้บริการอื่นได้ถ้าเขาได้รับข้อเสนอที่ดีกว่ายิ่งพอใจมากขึ้นเท่าไรโอกาสของการเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นยิ่งน้อยลงความพอใจที่มากสร้างความชอบในตราหรือธุรกิจนั้น ๆ ในทางอารมณ์ (Emotional Affinity) มากกว่าความชอบด้วยเหตุผล (Rational Preference) ย่อมส่งผลให้ธุรกิจได้ความซื่อสัตย์ในตราในที่สุด (Customer Loyalty) ความคาดหวังได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์การซื้อการให้บริการในอดีตรวมทั้งจากเพื่อนและคำแนะนำของผู้อื่นนักการตลาดและข้อมูลต่าง ๆ หลายบริษัทที่ประสบความสำเร็จจะพยายามยกระดับสิ่งที่ลูกค้าได้รับให้เท่ากับความคาดหวังให้ได้เรียกว่า “ความพอใจของลูกค้าโดยรวม” (TCS – Total Customer Satisfaction) (Kotler.2000: 36)

คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (Total Customer Value) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 46 –48) เป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ความแตกต่างด้านบริการความแตกต่างด้านบุคลากรและความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ซึ่งความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกันคือคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์คุณค่าด้านบริการคุณค่าด้านบุคลากรและคุณค่าด้านภาพลักษณ์ซึ่งรวมเรียกว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

ต้นทุนรวมของลูกค้า (Total Customer Cost) เป็นต้นทุนของลูกค้าที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งประกอบด้วยต้นทุนในรูปตัวเงินต้นทุนด้านเวลาต้นทุนด้านพลังงานและต้นทุนด้านจิตวิทยา

คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer Delivered Value) เป็นความแตกต่างระหว่างคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าและต้นทุนรวมของลูกค้าดังนี้

คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า = คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า – ต้นทุนรวมของลูกค้า

เครื่องมือในการติดตามผลและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

1. เป็นวิธีการที่จะติดตามวัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสามารถทำได้ด้วยวิธีต่าง ๆ ดังนี้ (บริษัทคู่แข่งจำกัด. 2541: 52) ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะเป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัทปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะซึ่งอาจจะให้ลูกค้าโทรหรือเข้ามาหรือมีกล่องรับข้อเสนอแนะหรือมีที่อยู่ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E - mail Address) เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้เป็นต้น

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าวิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้าเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยอยู่ในรูปของการให้คะแนนเช่นไม่พอใจอย่างยิ่งไม่พอใจไม่แน่ใจพอใจพอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเสนอแนะประเด็นที่จะแก้ไข
ปัญหา

2.4 การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์

2.5 การสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมายวิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งรวมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไปในกรณีจะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

เนื่องจากการวิจัยขั้นนี้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันดังนั้นทฤษฎีความพึงพอใจและหลักการประเมินความพึงพอใจจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างดัชนีชี้วัดและวัดระดับของดัชนีต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นจากทฤษฎีความพึงพอใจ

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

องค์กรหลายแห่งได้มีการพัฒนาระบบบริหารเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดคุณภาพบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในอันที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จดังนั้นนักวิชาการจึงได้กำหนดความหมายของการบริการดังนี้

สมนา อยู่โพธิ์ (2524: 2) กล่าวว่าบริการหมายถึงกิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

เฮสเก็ต (Heskett. 1987: 118-126) กล่าวว่าลักษณะที่เห็นได้ของการบริการ (Service Version) เป็นตัวชี้ให้เห็นแนวโน้มการบริการภายในขอบเขตของหน้าที่ทางการบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 7) กล่าวว่าบริการคือสิ่งที่จับสัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปได้ง่ายบริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย / จากบริการ) และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆโดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 428) กล่าวว่าการกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งสนองต่อกับบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่งโดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้และไม่เกิดความเป็นเจ้าของผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวหรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

กล่าวโดยสรุปบริการจึงเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ตามแนวความคิดด้านการบริการดังกล่าวข้างต้นเป็นลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำหรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จนั้นคือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามที่ลูกค้าคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ทฤษฎีการเชื่อมประสานบริการ (Service Interface Model = SIM)

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 62-63) ธุรกิจการให้บริการนั้นมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อให้ก้าวทันกับการแข่งขันที่เพิ่มความรุนแรงมากขึ้นนักการตลาดจึงได้พัฒนาคุณภาพงานบริการ, การบริการหลังการขายและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังนี้

1. จุดสัมผัสบริการ (Service Interface Station) หมายถึงจุดสถานที่บริเวณที่ผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ลูกค้าและลูกค้ารับ Moment of Truth (ช่วงเวลาที่ความจริงปรากฏออกมา,ช่วงเวลาที่มีการสัมผัสกับบริการ) ในขณะที่ทำการส่งมอบบริการ (Service Delivery) นั้นหรืออาจเรียกว่าจุดรับบริการจุดบริการสถานีบริการเช่นบริเวณรับจ่ายเงินห้องตรวจรักษาห้องโถงนั่งรอเรียกตรวจ

2. Supporting Staff คือพนักงานส่วนหลังที่ให้บริการส่วนหน้าซึ่งสัมผัสลูกค้าโดยตรงอีกที เช่น ฝ่ายการเงินฝ่ายธุรการทั่วไป

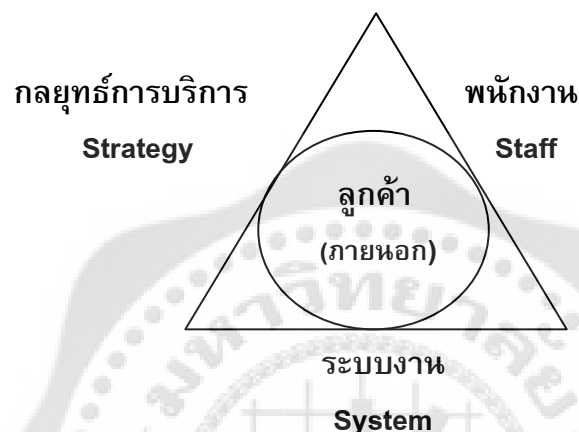
สามเหลี่ยมแห่งบริการ (Service Triangle=ST)

หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายบริการคือการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการก็คือการจัดการหรือการบริหารงานเพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งการบริการนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันคือ

1. กลยุทธ์ธุรกิจ (Strategy) คือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้ตกลงกำหนดขึ้นเพื่อตอบสนองการทำให้บรรลุเป้าหมายในธุรกิจตามที่กำหนดไว้โดยให้มีความยืดหยุ่นตัวที่เพียงพอมีความแม่นยำตรงเข้าเป้าหมายได้ดีกลยุทธ์ด้านบริการควรจะเป็นกลยุทธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนอง

2. ระบบงาน (System) คือควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนจัดองค์การตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่ที่ต้องบริการให้ได้ดีที่สุดมีความคล่องตัวสูง(Customer Friendly System)

3. พนักงาน (Staff) หมายถึงบรรดาพนักงานในทุกระดับความรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องสรรหาพัฒนาและปรับปรุงพฤติกรรมตลอดจนสัติลการทำงานให้มีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี (Service-conscious)



ภาพประกอบ 2 สามเหลี่ยมแห่งบริการ

ที่มา: วีรพงษ์เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ.96-97.

คุณลักษณะ 7 ประการแห่งการบริการที่ดี (สุนิรันดร์จันทร์วิเศษ. 2539: 17) เนื่องจากยุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีมากมายทำให้วงการธุรกิจต่างๆเติบโตและแข่งขันกันมากขึ้นการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดีประกอบด้วย

1. S = Smiling & Sympathy คือการยิ้มแย้มเอาใจเขาใส่ใจเราเห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า
2. E = Early Response คือการตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมิทันได้เอ่ยปากเรียกหา
3. R = Respectful คือการแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntariness manner คือการลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้

5. I = Image Enhancing คือการแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

6. C = Courtesy คือกิริยาอาการอ่อนโยนสุภาพและมีมารยาทดีอ่อนน้อมถ่อมตน

7. E = Enthusiasm คือมีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

ส่วนประกอบทางการบริการ (Service Mix)

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2539: 172) กล่าวว่าส่วนประกอบทางการบริการคือบรรดาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการบริการใด ๆ ที่มีผลด้านคุณภาพของบริการนั้นๆ และอาจช่วยสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาลูกค้าได้ (ตามแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix) สามารถแบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre-service Factors หรือ Pre-deliver Factors) ได้แก่

- 1.1 ภาพพจน์กิตติศัพท์ชื่อเสียงของบริษัท (Company Image)
- 1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท (Creditability of Company)
- 1.3 ค่าบริการค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ (Cost of Service)
- 1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ (Creativity of Service)

กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการนี้จะทำให้ผู้ซื้อ / ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังถึงสิ่งที่ได้รับเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งตามคาดหวังของผู้รับบริการนี้อาจมาจากการพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อบุคคลสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ

2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During – Service Factors หรือ During – Delivery Factors) ได้แก่

- 2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ (Convenience)
- 2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนบริการ (Correctness)
- 2.3 กิริยามารยาทที่งดงามของผู้ให้บริการ (Courtesy)
- 2.4 ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนรับบริการ (Complexity)
- 2.5 ความประณีตบรรจงและความพิถีพิถันขณะบริการ (Carefulness)
- 2.6 ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ (Carelessness)

2.7 ฝีมือภูมิปัญญาและความสามารถของผู้ให้บริการหรือองค์กร (Competence) กลุ่มที่มีผลขณะรับบริการนี้ผู้วิจัยเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าจุดสัมผัสบริการซึ่งเป็นจุดที่ผู้รับบริการสามารถตัดสินใจสิ่งที่คาดหวังไว้จากการเปิดรับข่าวสารนั้นๆ ได้ต่ำกว่าสูงกว่าหรือเท่ากับความต้องการซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มที่มีผลขณะรับบริการนี้ส่วนใหญ่ได้มาจากการเปิดรับข่าวสารจากพนักงานขายพนักงานบริการ

3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว (Post – Service Factors หรือ Post – Delivery

Factors) ได้แก่

3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ (Conformance to Customer Expectation)

3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ (Completeness of Service)

3.3 ความคงเส้นคงวาด้านคุณภาพของบริการ (Consistency of Service Quality)

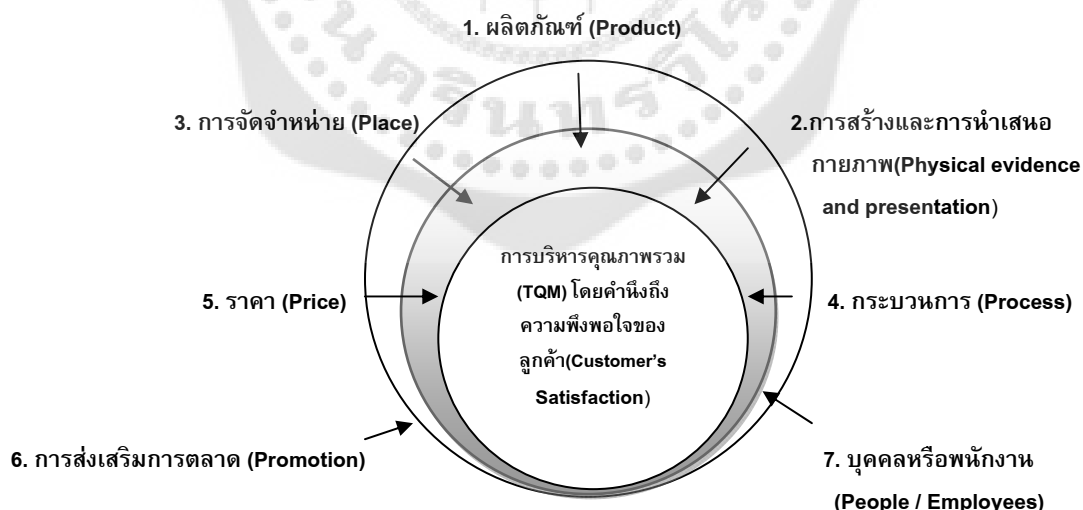
3.4 การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า (Complain Handling)

3.5 ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ชอบบริการนั้น (Cost Effectiveness)

หลังจากลูกค้าได้รับบริการจนครบถ้วนแล้วกลุ่มที่ผลหลังการรับบริการแล้วจะเป็นจุดที่จะเกิดการตัดสินใจของผู้รับบริการว่าโดยรวมแล้วสิ่งที่ได้รับกับความคาดหวังที่มีนี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงหรือต่ำอย่างไร

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้าซึ่งประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) การจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย 5) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) 6) มีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) 7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer satisfaction)



ภาพประกอบ 3 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)

ที่มา: ศิริวรรณเสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. 337.

คุณภาพของการบริการ (Quality of service)

พาราสุรามาร (Parasuraman. 1988: 12) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็นความสามารถในการสนองความต้องการของผู้มารับบริการ

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537: 71) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการคือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการและประเมินว่าบริการนั้นเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2539: 14) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการคือความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 438) กล่าวถึงคุณภาพบริการว่าในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิมเมื่อผู้รับบริการมารับบริการก็จะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังได้ถ้าผลพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นน้อยกว่าบริการที่คาดหวังผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและจะไม่กลับมาใช้บริการอีกในทางตรงข้ามถ้าบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังไว้ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

กล่าวโดยสรุปแล้วคุณภาพบริการหมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนเกิดความพึงพอใจ

เครื่องมือวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL หรือ RATER มีตัวกำหนด 5 ประการ ไชทริม (Zeithaml.1988: 35-38) เพื่อบ่งชี้ว่าการบริการนั้นมีคุณภาพซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการที่มาใช้บริการซ้ำอีกด้วยคุณภาพบริการที่ดีตลอดไปซึ่งประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นต่อบริการ (Reliability) การบริการนั้นจะต้องถูกต้องแม่นยำเหมาะสมสม่ำเสมอและบริการทุกครั้งต้องได้ผลดีเช่นเดิมทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นที่พึงได้
2. ความเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) โดยที่ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความสามารถเป็นหลักประกันให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับว่ามีความปลอดภัยและสุภาพน่าเชื่อถือความเป็นมิตรความสะอาดความประณีตในสายตาของผู้รับบริการความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงความมีชื่อเสียงเป็นต้น
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ (Tangibles) การบริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพจะทำให้ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้เช่นความใหญ่โตหรูหราของสถานที่มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยการให้ข้อมูลในการรักษาการใช้อายัดเป็นสื่อและความมีอัธยาศัยไมตรี

4. การให้ความสำคัญ (Empathy) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเอาใจใส่ในความต้องการของผู้รับบริการรู้จักและจำผู้รับบริการได้และพฤติกรรมบริการที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่การให้ความสะดวกในการเข้าถึงบริการเส้นทางจราจรไม่ยุ่งยากซับซ้อนการติดต่อสื่อสารที่ดี

5. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการพร้อมที่จะให้บริการได้อย่างรวดเร็วมีการติดต่อสื่อสารที่ดีและมีการชี้แจงการให้บริการทุกครั้ง

สปิตเซอร์ (Spitzer.1988: 12-13) แนวคิดเกี่ยวกับการรับบริการทางการแพทย์สิ่งที่สำคัญที่สุดได้แก่คุณภาพของการรักษาประกอบด้วยปัจจัยทางด้านกายภาพและจิตใจโดยมีตัวชี้วัดคุณภาพคือความเป็นมิตรเป็นกันเองและอภัยที่ยึดถือของผู้ให้บริการประกอบด้วย

1. การได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากทีมการพยาบาล
2. การได้รับการดูแลอย่างเป็นส่วนตัว
3. มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสม
4. มีทีมแพทย์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ
5. มีบริการที่ครบทุกแผนก
6. สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย

หลักการคุณภาพการบริการดังกล่าวข้างต้นนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้โดยเป็นเครื่องมือในการช่วยวิเคราะห์เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดคุณภาพโดยรวม

3. ประวัติความเป็นมาของการประกันชีวิต

การเริ่มการประกันชีวิตนี้ไม่มีใครทราบแน่นอนว่าได้เริ่มขึ้นเมื่อใดแต่ประเทศกรีซซึ่งมีคตินับถือศาสนาแยกออกเป็นหลายนิกายและได้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งที่นับถือศาสนานิกายเดียวกันได้จัดตั้งสมาคมขึ้นโดยมีการเก็บเงินจากสมาชิกเป็นรายเดือนทั้งกำหนดว่าถ้าสมาชิกคนใดถึงแก่กรรมทางสมาคมก็จะจัดการทำศพให้จนเป็นที่เรียบร้อยแต่ถ้าสมาชิกผู้ใดละเลยในการจ่ายเงินค่าสมาชิก (เก็บเป็นรายเดือน) สมาคมก็จะจัดการลงโทษโดยสมาคมไม่ดำเนินการจัดการทำศพให้ต่อมาในสมัยโรมันมีการวิวัฒนาการเพื่อที่จะปรับปรุงสมาคมให้ดีกว่าเดิมจึงได้รับบุคคลทั่วไปเข้ามาเป็นสมาชิกเว้นแต่ผู้ที่มีอาชีพเป็นทหารแต่จะสงเคราะห์ความทุกข์ยากอื่นๆให้เช่นความชราทุพพลภาพหรือการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายไปรับตำแหน่งหน้าที่การงานอื่นเป็นต้น

3.1 การพัฒนาการประกันชีวิต

นายริชาร์ดมาร์ติน (Richard Martin) ตัวแทนการประกันภัยทางทะเลในประเทศอังกฤษกับตัวแทนอีก 15 คนได้ตกลงรับประกันชีวิตมนุษย์ตั้งแต่วันที่ 18 มิถุนายนค.ศ. 1583 จึงได้ตกลงรับประกันชีวิตในปีค.ศ. 1698 บริษัทเมอร์เซอร์แห่งประเทศอังกฤษได้ริเริ่มการประกันแบบบำนาญหรือรายได้ประจำโดยมีข้อแม้ว่าผู้รับผลประโยชน์จะต้องเป็นสมาชิกในครอบครัวผู้เอาประกัน

การประกันแบบนี้เริ่มมีการช่วยเหลือโดยรัฐบาลคือรัฐบาลมีเงินก้อนนี้พร้อมที่จะจ่ายให้แก่สมาชิกเมื่อสมาชิกคนใดยินยอมเข้ามาค้าประกันเพราะเกรงว่าบริษัทอาจล้มละลายได้ต่อมาค.ศ. 1699 ได้มีสมาคมดำเนินการประกันชีวิตให้แก่บรรดาพวกแม่หม้ายและเด็กกำพร้าขึ้นอย่างจริงจังโดยมีสมาชิกถึง 2,000 คนเก็บเงินถึง 1.20 ดอลลาร์ต่อสัปดาห์เงินที่เก็บมานี้ได้รวบรวมเป็นกองทุนและคาดว่าจะอย่างน้อยเงินกองทุนควรจะเป็นเงิน 2,400 ดอลลาร์เงินก้อนที่เก็บคนหนึ่งถึงแก่กรรมลงทางสมาคมใช้หลักในการพิจารณาเลือกสมาชิกโดยพิจารณาถึงสุขภาพอายุแต่มีข้อแม้คือไม่รับประกันบุคคลที่มีอาชีพเป็นทหารและในกรณีที่สมาชิกขาดการชำระเงินค่าสมาชิกให้แก่สมาคมภายใน 7 วันทางสมาคมก็จะถือว่าสัญญาขาดอายุลงจึงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าบริษัทที่มีการรับประกันชีวิตที่ได้ดำเนินการในรูปของสมาคมซึ่งเรียกว่า Equitable of Survivorships หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า Old Equitable การดำเนินการได้เริ่มตั้งแต่ปีค.ศ. 1756 โดยบุคคล 2 คนชื่อนายโทมัสซิมป์สัน (Thomas Simpson) และนายเจมส์ดอดสัน (James Dodson) คือรับทำการประกันชีวิตบุคคลทั่วไปโดยอาศัยตำราธรรมะเป็นหลักสำคัญการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนโดยตกลงจะจ่ายให้แก่ทายาทหาเงินได้ในระยะที่ Old Equitable ดำเนินกิจการอยู่นั้นได้มีผู้พยายามคิดและกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขของสัญญาตัวอย่างเช่นการขาดชำระเบี้ยประกันชีวิต 30 วันถือว่ากรมธรรม์ฉบับนั้นหมดอายุลงการปรับปรุงสัญญาจะกระทำภายในระยะเวลา 3 เดือนเพื่อที่จะให้สัญญากลับมามีผลใช้บังคับได้ดังเดิมการจ่ายเงินเบี้ยประกันนี้จะจ่ายให้มากกว่าจำนวนเงินเอาประกันที่ได้ชำระมากกับ Old Equitable ซึ่งปัจจุบันเรียกว่าเงินปันผลข้อแตกต่างของ Old Equitable กับบริษัทประกันชีวิตในปัจจุบันคือ Old Equitable ไม่มีตัวแทนขายประกันชีวิตถ้าบุคคลใดจะซื้อสัญญาประกันชีวิตก็สามารถติดต่อโดยตรงกับ Old Equitable ได้

3.2 การประกันชีวิตในประเทศไทย

ในสมัยรัชกาลที่ 6 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตรากฎหมายแพ่งและพาณิชย์ขึ้นเพื่อใช้บังคับเกี่ยวกับการประกันภัยและการประกันชีวิตเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2467 (ค.ศ. 1924) ถ้าถือตามหลักฐานนี้ก็แสดงว่ากิจการประกันภัยได้ดำเนินกิจการนานแล้วมีฉะนั้นคงไม่มีความจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติมาใช้บังคับดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่ากิจการประกันภัยในประเทศไทยได้มีมาก่อนปี พ.ศ. 2467 ในปี พ.ศ. 2471 ได้มีการตราพระราชบัญญัติกระทบกระเทือนถึงความปลอดภัยของสาธารณชนซึ่งจากพระราชบัญญัตินี้บริษัทประกันภัยจะขอเปิดดำเนินการกิจการต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาลเพราะรัฐบาลมีอำนาจที่จะตั้งเงื่อนไขและออกกฎหมายบังคับเพื่อควบคุมกิจการประกันภัยได้การประกันภัยในประเทศไทยนี้ได้มีการควบคุมเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2472 ต่อมาในปี พ.ศ. 2473 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตให้ดำเนินการควบคุมเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2472 ต่อมาในปี พ.ศ. 2473 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตให้ดำเนินการกิจการประกันชีวิต 4 บริษัทดังมีรายชื่อตามลำดับดังนี้

1. เกรตอิสเตอร์ไนล์แอสซัวร์นซ์คัมปานีดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2473

2. แมนูแฟกเจอร์โรสไล์ฟอินชัวร์นซ์คัมปานีดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2473

3. ไชน่าอันเตอร์ไรเตอร์ลิมิเตดดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2473

4. ชันไล์ฟแอสซัวร์นซ์คัมปานีออฟแคนาดาดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2473

ในปี พ.ศ. 2474 ได้มีบริษัทต่างประเทศเพิ่มอีกหนึ่งบริษัทแต่ก็เลิกกิจการไปคงเหลือ 4 บริษัท เช่นเดิมต่อมาวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2481 ได้มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตอีกหนึ่งบริษัทคือ อินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นซ์คัมปานีลิมิเตดบริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ดำเนินการในระยะก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ฉะนั้นเมื่อญี่ปุ่นเข้ายึดครองบริษัททั้งหมดก็ต้องหยุดดำเนินการตั้งนั้นคนไทยจึงมีโอกาสเริ่มประกอบธุรกิจประกันชีวิตได้แก่บริษัทไทยประกันชีวิตเป็นบริษัทไทยประกันชีวิตจำกัดและบริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัยจำกัดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้สงบเรียบร้อยแล้วบริษัทต่างประเทศเหล่านั้นก็ดำเนินการใหม่เพียง 2 บริษัทคือบริษัทชันไล์ฟคัมปานีออฟแคนาดาเจอร์โรสไล์ฟอินชัวร์นซ์คัมปานีต่อมาจนกระทั่งปี พ.ศ. 2492 บริษัททั้งสองก็ได้หยุดดำเนินการประกันชีวิตในเมืองไทย เพราะไม่พอใจในเงื่อนไขที่กระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์) ได้กำหนดให้มีการวางหลักทรัพย์ 1 ใน 3 ของเบี้ยประกันในปีที่แล้วๆมาปี พ.ศ. 2501 ได้มีบริษัทไทยประสิทธิ์ประกันภัยและคลังสินคำจำกัด (ปัจจุบันบริษัทไทยประสิทธิ์ประกันภัยจำกัด) เปิดดำเนินการประกันชีวิตต่อมาในปี พ.ศ. 2492 ได้มีบริษัทนครหลวงประกันชีวิตจำกัดเพิ่มขึ้นอีกบริษัทหนึ่งจึงสรุปได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2485 – 2492 รวมบริษัทคนไทยที่ดำเนินการประกันชีวิตได้ 4 บริษัทด้วยกันเมื่อได้รวบรวมจำนวนบริษัทประกันชีวิตที่ดำเนินการมาในเมืองไทยมีจำนวนสูงสุด 13 บริษัทดังมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. บริษัทไชน่าอันเตอร์ไรเตอร์จำกัด
2. บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลไล์ฟแอสซัวร์นซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด
4. บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัยจำกัด
5. บริษัทนครหลวงประกันชีวิตจำกัด
6. บริษัทไทยประสิทธิ์ประกันภัยจำกัด
7. บริษัทอาคเนย์ประกันภัยจำกัด
8. บริษัทเมืองไทยประกันชีวิตจำกัด
9. บริษัทอินเตอร์เนชันแนลไล์ฟแอสซัวร์นซ์ (ประเทศไทย) จำกัดเดิมชื่อ บริษัทสยามบริการประกันชีวิตจำกัด
10. บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัยจำกัด
11. บริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยาจำกัด

12. บริษัทกรุงสยามประกันชีวิตจำกัด

13. บริษัทประกันชีวิตบูรพาจำกัด

เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2508 มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ออกโดยบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยมีจำนวนเงินเอาประกันทั้งสิ้น 5,177,300,000 บาทจำนวนเบี้ยประกันที่ได้รับจากผู้เอาประกันทั้งสิ้น 213,650,000 บาทและเมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2509 คิดเป็นอัตราส่วนของประชากรประเทศไทยที่ทำประกันชีวิตมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นจากจำนวนบริษัทประกันชีวิตทั้งหมด 13 บริษัทได้มี 2 บริษัทเลิกกิจการไปได้แก่บริษัทนครหลวงประกันชีวิตจำกัดถูกเพิกถอนใบอนุญาตเมื่อ พ.ศ. 2507 และบริษัทประกันชีวิตบูรพาจำกัดถูกเพิกถอนเมื่อ พ.ศ. 2512 ในปี พ.ศ. 2526 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติประกันชีวิตเพื่อใช้ควบคุมบรรดาบริษัทประกันชีวิตตั้งนั้นเป็นอันว่าในช่วงนั้นบริษัทประกันชีวิตในเมืองไทยเพียง 12 บริษัทเป็นสาขาของบริษัทต่างประเทศ 2 บริษัทส่วนที่เหลือ 10 บริษัทนั้นเป็นของคนไทยและในบรรดาบริษัทประกันชีวิตของคนไทยนี้ได้รวมตัวกันจัดตั้งสมาคมประกันชีวิตขึ้นรายชื่อของบริษัทต่างๆที่เข้าเป็นสมาชิกของสมาคมมีดังต่อไปนี้ (สุธรรมพงศ์สำราญ, ฟิงใจฟิงพานิช; และวิรัชณสงขลา. 2542: 16-20) คือ

1. บริษัทอาคเนย์ประกันภัยจำกัด
2. บริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยาจำกัด
3. บริษัทกรุงสยามประกันภัยจำกัด
4. บริษัทเมืองไทยประกันชีวิตจำกัด
5. บริษัทไทยประสิทธิ์ประกันภัยจำกัด
6. บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัยจำกัด
7. บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด
8. บริษัทอินเตอร์เนชั่นไลฟ์แอสซัวรันซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
9. บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัยจำกัด
10. บริษัทมหานครประกันชีวิตจำกัด
11. บริษัทเอไอเอจำกัด
12. บริษัทชียูแอลจำกัด

ปัจจุบัน รายชื่อของบริษัทประกันชีวิต ที่เข้าเป็นสมาชิกของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) มี 25 รายชื่อ คือ

1. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า จำกัด
3. บริษัท เจเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด
4. บริษัท ไทยคาร์ดิฟ ประกันชีวิต จำกัด
5. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
6. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
7. บริษัท ไทยริประกันชีวิต จำกัด

8. บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด
9. บริษัท ธนชาตประกันชีวิต จำกัด
10. บริษัท บางกอกสหประกันชีวิต จำกัด
11. บริษัท ประกันชีวิตนครหลวงไทย จำกัด
12. บริษัท พรุเด็นเชียล ประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
13. บริษัท ฟินันซ่า ประกันชีวิต จำกัด
14. บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
15. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
16. บริษัท แมนูไลฟ์ ประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
17. บริษัท สยามซัมซุงประกันชีวิต จำกัด
18. บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด
19. บริษัท สหประกันชีวิต จำกัด
20. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสicurันส์ จำกัด สาขาประเทศไทย
21. บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
22. บริษัท อาคเนย์ ประกันชีวิต จำกัด
23. บริษัท เอช ไลฟ์ แอสicurันส์ จำกัด
24. บริษัท แอ็ดวานซ์ ไลฟ์ แอสicurันส์ จำกัด
25. บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด

4. รายละเอียดเกี่ยวกับการประกันชีวิตและตัวแทนประกันชีวิต

การประกันชีวิตคือวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมมือกันและยอมรับผิดชอบในส่วนเฉลี่ยความเดือดร้อนเกี่ยวกับรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวของบุคคลในกลุ่มนั้นการประกันชีวิตจึงสามารถกล่าวได้โดยง่ายหมายถึงการทดแทนการสูญเสียรายได้คำว่ารายได้เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากเพราะคนเราสามารถที่จะยังชีพอยู่ได้ก็เนื่องจากรายได้นั้นเองจุดประสงค์ของการประกันชีวิตคือต้องการให้ครอบครัวที่ประสบความสูญเสียได้รับการชดเชยบุคคลที่ซุหาหรือบุคคลที่ประสบความทุกข์พลภาพมีรายได้เลี้ยงตนเอง (สุธรรมพงศ์สำรา;พิงใจพิงพานิช;และวิรัชณสงขลลา. 2542: 21)

การประกันชีวิตคือการเฉลี่ยความเสียหายที่เกิดขึ้นจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งไปยังอีกหลายคนโดยมีผู้รับประกันภัยทำหน้าที่กระจายความเสี่ยงระหว่างผู้เอาประกันภัยทั้งหมดด้วยการให้ผู้เอาประกันภัยจ่ายเงินจำนวนเล็กน้อยในรูปของ “เบี้ยประกันภัย” ให้แก่ผู้รับประกันภัยเก็บไว้เป็นเงินกองกลางเมื่อผู้เอาประกันภัยได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์ที่เอาประกันภัยผู้รับประกันภัยก็จะนำเงินกองกลางนั้นไปชดเชยตามจำนวนที่ได้ตกลงกันไว้

การประกันชีวิตคือการประกันชีวิตคือการที่บุคคลผู้หนึ่งเรียกว่า “ผู้เอาประกันภัย” ได้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “เบี้ยประกันภัย”ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในสัญญา (กรมธรรม์) ให้กับ

บริษัทประกันภัยเพื่อซื้อความคุ้มครองตามที่ระบุเป็นเงื่อนไขไว้ในกรมธรรม์อาทิถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์หรือมีอายุยืนยาวจนครบกำหนดตามที่ระบุไว้บริษัทประกันภัยจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “จำนวนเงินเอาประกันภัย” ให้แก่ผู้รับประโยชน์หรือผู้เอาประกันภัยแล้วแต่กรณีทั้งนี้เงื่อนไขความคุ้มครองจะมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับทางเลือกซื้อตามความเหมาะสมของผู้เอาประกันภัยเป็นหลัก

ชนิดของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตมี 2 ชนิด ได้แก่

1. ชนิดมีเงินปันผล โดยผู้เอาประกันจะมีส่วนร่วมเฉลี่ยในการแบ่งเงินส่วนเกินซึ่งเกิดจากการดำเนินงาน
2. ชนิดไม่มีเงินปันผลชนิดนี้จะมีอัตราค่าเบี้ยประกันต่ำกว่าชนิดมีเงินปันผล

ประเภทของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตมี 3 ประเภท ได้แก่

1. การประกันชีวิตประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันแยกแต่ละกรมธรรม์ ตั้งแต่เงิน 50,000 บาทขึ้นไป การรับประกันขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทประกันชีวิตแต่ละบริษัท จะตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจก็ได้ อัตราค่าเบี้ยประกันจะเป็นราย 3 เดือน ราย 6 เดือน หรือรายปีก็ได้
2. การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม (Industrial Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันแต่ละกรมธรรม์ตั้งแต่เงิน 10,000-300,000 บาท การรับประกันไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของผู้เอาประกัน อัตราค่าเบี้ยประกันเป็นรายเดือน โดยบริษัทประกันชีวิตแต่ละบริษัทจะกำหนดเงื่อนไขระยะเวลารอคอย (Waiting Period) หรือไม่มีระยะเวลารอคอยก็ได้
3. การประกันชีวิตประเภทหมู่ (Group Life Insurance) คือ การประกันชีวิตบุคคลเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ภายในกรมธรรม์เดียวกัน ส่วนใหญ่ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ อัตราค่าเบี้ยประกันหมู่จะต่ำกว่าการประกันชีวิตประเภทสามัญและประเภทอุตสาหกรรม

แบบของการประกันชีวิต

แบบของการประกันชีวิตขั้นพื้นฐานมีอยู่ 4 แบบ ได้แก่

1. การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา (Term Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่ผู้รับประกันสัญญาว่าจะจ่ายเงินเอาประกันให้กับผู้รับผลประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งอาจจะเป็นระยะเวลา 1 ปี 2 ปี หรือกี่ปีก็ได้ ส่วนใหญ่กำหนดระยะเวลา 10 ปี 15 ปี 20 ปี หรือกำหนดอายุผู้เอาประกันก็ได้ เช่น อายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี

2. การประกันชีวิตแบบตลอดชีวิต (Whole Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่ผู้รับประกันสัญญาว่า จะจ่ายเงินเอาประกันให้กับผู้รับผลประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตโดยค่านิ่งว่าจะเป็นระยะเวลาเท่าใด

3. การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ (Endowment Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่ผู้รับประกันสัญญาว่า จะจ่ายเงินเอาประกันให้กับผู้รับผลประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกันเมื่อมีอายุจนครบสัญญา เป็นการประกัน 2 แบบรวมกัน

4. การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำหรือแบบรายปี (Annuity Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่ผู้รับประกัน สัญญาว่าจะจ่ายเงินเป็นรายได้ประจำ หรือบำนาญให้แก่ผู้เอาประกันชั่วระยะเวลาหนึ่งหรือตลอดชีพ โดยเริ่มนับจากผู้เอาประกันไม่สามารถประกอบอาชีพได้ เนื่องจากความชรา ซึ่งจะจ่ายเงินให้เป็นรายเดือน ราย 6 เดือน หรือ รายปีก็ได้ตามแต่จะตกลงกัน

สัญญาประกันชีวิต

สัญญาประกันชีวิต คือ สัญญาที่บุคคลหนึ่งตกลงจะชดใช้เงินจำนวนหนึ่ง ให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับผลประโยชน์หรือทายาท เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตโดยมีกำหนดระยะเวลา หรือไม่มีกำหนดระยะเวลาก็ได้ หรือผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่จนครบตามกำหนดสัญญา โดยผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายเงินซึ่งเรียกว่าเบี้ยประกันภัย ซึ่งมีผู้ที่เกี่ยวข้องในสัญญา 3 ฝ่าย ได้แก่

1. ผู้รับประกันภัย ได้แก่ คู่สัญญาซึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้
2. ผู้เอาประกันภัย ได้แก่ คู่สัญญาซึ่งตกลงจะจ่ายค่าเบี้ยประกันภัย
3. ผู้รับผลประโยชน์ ได้แก่ ผู้ได้รับค่าสินไหมทดแทน โดยมีชื่อระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

ลักษณะของสัญญาประกันชีวิต

1. เป็นสัญญาต่างตอบแทน คือ ผู้เอาประกันภัยและผู้รับประกันภัยต่างเป็นเจ้าหนี้และลูกหนี้ซึ่งกันและกัน ผู้เอาประกันภัยจะต้องชำระค่าเบี้ยประกันให้ผู้รับประกัน และผู้รับประกันภัยจะต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทน เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระหว่างอายุสัญญา หรือเมื่อครบอายุสัญญา

2. เป็นสัญญาเสี่ยงโชค ขึ้นอยู่กับโอกาสสภาพภาคหน้า มีลักษณะเป็นการเสี่ยงภัย หากเกิดเหตุการณ์ตามเงื่อนไข เช่น ผู้เอาประกันภัยชำระเงิน 4-5 งวด ก็ถึงแก่ความตาย ผู้รับประกันภัยต้องจ่ายเงินเต็มตามสัญญา บางครั้งผู้เอาประกันภัยมีชีวิตยืนยาว อาจจะจ่ายค่าเบี้ยประกันมากกว่าจำนวนเงินที่ได้รับตามสัญญาก็ได้

3. เป็นสัญญาที่ผู้เอาประกันภัยต้องมีส่วนได้ส่วนเสีย บุคคลทุกคนมีส่วนได้ส่วนเสียในชีวิตของตนเอง เราจึงประกันชีวิตของตนเองได้เสมอ ส่วนการประกันชีวิตของบุคคลอื่น ผู้เอาประกันภัยต้องมีส่วนได้ส่วนเสียในชีวิตของคนอื่น ได้แก่ บิดามารดากับบุตร สามี ภรรยา ญาติใกล้ชิด และผู้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น เจ้าหนี้ นายจ้าง เป็นต้น

4. เป็นสัญญาที่ต้องอาศัยความซื่อสัตย์สุจริตต่อกัน ผู้เอาประกันภัยต้องแถลงข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับความเสี่ยงภัย ในคำขอเอาประกันภัย นอกจากนี้ หากมีข้อเท็จจริงอันใด ซึ่งมีได้อยู่ในใบคำขอเอาประกันภัย แต่เป็นข้อเท็จจริงที่จะกระทบกระเทือนถึงการเสี่ยงภัยของผู้รับประกันภัย ก็ต้องแถลงให้ผู้รับประกันภัยทราบ หากไม่แถลงข้อเท็จจริงนั้นๆ หรือแถลงย่อมนำให้สัญญาตกเป็นโมฆียะ

ซึ่งสัญญาประกันแบ่งออกได้ดังนี้

1. การประกันภัยบุคคล ประกอบด้วย การประกันชีวิต การประกันอุบัติเหตุ และการประกันสุขภาพ
2. การประกันทรัพย์สิน ประกอบด้วย การประกันอัคคีภัย การประกันทางทะเลและขนส่ง การประกันภัยรถยนต์ และการประกันเบ็ดเตล็ด
3. การประกันความรับผิด ประกอบด้วย ความรับผิดส่วนบุคคล ความรับผิดผู้ประกอบวิชาชีพ และความรับผิดธุรกิจ

สัญญาประกันชีวิตประกอบด้วยสัญญาหลักและอนุสัญญา

สัญญาหลัก หมายถึง การคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์โดยบริษัทจ่ายเงินคืนเมื่อครบกำหนดอายุสัญญา หรือเมื่อเสียชีวิตโดยมีข้อยกเว้น คือ

1. ฆ่าตัวตายภายใน 1 ปี
2. ผู้รับผลประโยชน์ฆ่าผู้เอาประกันภัยโดยเจตนา
3. ปกปิดข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสุขภาพหรืออาชีพ และบริษัทสืบทราบได้
4. ขาดการชำระเบี้ยประกันจนกรมธรรม์หมดอายุ

อนุสัญญา เป็นสัญญาเพิ่มเติมจากสัญญาหลัก จะซื้อได้ต่อเมื่อซื้อสัญญาหลักไปแล้ว ประกอบด้วย

1. สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ
2. สัญญาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสุขภาพ
3. สัญญาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยกเว้นเบี้ยประกัน
4. สัญญาเพิ่มเติมคุ้มครองพิเศษ

(พรหมมาศ แสงทอง. 2546: 23-27)

ประโยชน์ของการประกันชีวิต

1. ให้ความคุ้มครองต่อครอบครัวบุคคลที่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่มีความรักและเป็นห่วงครอบครัวสามารถที่จะทราบสภาพความเป็นจริงของชีวิตจึงได้ทำประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองรายได้ไว้ให้กับบุคคลในครอบครัวได้มีเงินเลี้ยงดูตนเองโดยไม่ต้องไปพึ่งพาอาศัยญาติพี่น้องและคนอื่นอีกทั้งบุตรก็สามารถได้รับการศึกษาได้ตามปกติหรือแม้แต่การจัดการศพของหัวหน้าครอบครัวซึ่งจะได้ไม่ตกเป็นภาระกับบุคคลที่อยู่ข้างหลัง

2. ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์จำนวนเบี้ยประกันที่ผู้เอาประกันได้ชำระให้แก่บริษัททุกงวดนั้นส่วนหนึ่งจะถูกจัดสรรเป็นค่าคุ้มครองหรือส่วนเฉลี่ยในการชดเชยการตายประจำปีส่วนที่เหลือจะเป็นเงินเก็บออมในกรมธรรม์โดยปกติแล้วเมื่อผู้เอาประกันได้ชำระเบี้ยประกันครบ 3 ปีก็จะมีเงินจำนวนหนึ่งเก็บไว้และจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆตามจำนวนปีที่ผ่านไปเพื่อเป็นการเก็บไว้ใช้ในวัยชราหรือเก็บไว้เพื่อเป็นกองทุนการศึกษาของบุตร

3. ให้ประโยชน์ในด้านการลงทุนความหมายของการลงทุนคือการทำเงินก้อนหนึ่งให้เกิดดอกผลออกมาดอกผลที่ได้รับนี้เรียกว่ากำไรส่วนการประกันชีวิตก็ถือว่าเป็นการลงทุนแบบหนึ่ง กล่าวคือการมีกำไรหรือให้เช่นเดียวกับการลงทุนในประเภทอื่นๆดอกผลประการแรกที่ผู้เอาประกันควรทราบคือเงินเบี้ยประกันที่ชำระให้แก่บริษัทนั้นเป็นจำนวนน้อยกว่าค่าเสี่ยงภัยตามอายุของผู้เอาประกันเพียงชำระทั้งนี้เพราะบริษัทได้ลดดอกเบี้ยที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนให้แก่ผู้เอาประกัน ตัวอย่างเช่นคนอายุระหว่าง 25 – 26 ปีตามตารางมรณะวิสัย (Mortality Table) อัตราการตาย 4 คน ต่อ 1,000 คนดังนั้นโอกาสเสี่ยงการตายของคนอายุในเกณฑ์นี้คือ 0.004 ถ้าเราสมมติว่าบริษัทจะชดเชยให้คนละ 100,000 บาทเมื่อรวมกันแล้วบริษัทต้องจ่ายเป็นเงิน 400,000 บาทดังนั้นคนหนึ่งๆจะต้องจ่ายเงินค่าเสี่ยงภัยที่แท้จริงคนละ 400 บาทแต่เวลาบริษัทคิดคำนวณในการเก็บเบี้ยประกันจะเก็บคนละ 380 บาทเท่านั้นเพราะลดดอกเบี้ยที่คิดจะได้รับจากการลงทุนระหว่างปีให้ก่อนซึ่งเป็นหลักทั่วไปในการประกันถ้าการประกันชีวิตในระยะเวลาดอกเบี้ยที่บริษัทคาดว่าจะได้รับจากการลงทุนมากก็นำไปลดให้กับผู้เอาประกันการทำแบบนี้สามารถทำได้กับการประกันชีวิตทุกประเภท ประโยชน์สูงสุดของการประกันชีวิตนั้นมีผลกำไรจากการลงทุนหากได้แก่ความคุ้มครองที่ให้แก่ครอบครัวและบุคคลอันเป็นที่รักของผู้เอาประกันหากได้เสียชีวิตลงไม่ว่าในกรณีที่ได้จ่ายเบี้ยประกันเพียงครั้งเดียวหรือก็จะได้รับการชดเชยเท่าทุนประกันทันทีผลประโยชน์รองลงมาได้แก่การออมทรัพย์เรื่องของผลกำไรในการประกันชีวิตนั้นเพียงสองสามครั้งครอบครัวเป็นเรื่องของผลพลอยได้เท่านั้นมิใช่เป็นเรื่องสาระสำคัญการประกันชีวิตนั้นมีให้สูญหายอีกด้วยการลงทุนด้านกิจการอื่นๆ อาจได้กำไรมากแต่กฎทั่วไปของธุรกิจอาจได้กำไรมากกำไรน้อยและว่าจะได้กำไรน้อยแต่ก็เป็นกำไรที่แน่นอนและยังประกันต้นทุนขาดทุนบุคคลใดก็ตามจะลงทุนในธุรกิจใดๆถ้าได้ทำการลงทุนซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไว้ด้วยแล้วก็จะเป็นการกระทำที่สุ่มรอบคอบเพราะหากว่าบังเอิญธุรกิจที่ได้ทำไว้ประสบความสำเร็จล้มเหลวตัวเขาเองก็มีหลักประกันในกรมธรรม์ประกันชีวิต

4. การประกันชีวิตทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วยทุพพลภาพและชราภาพในปัจจุบันการประกันชีวิตได้วิวัฒนาการแบบต่างๆมาตามลำดับซึ่งมีผู้คิดประเภทของแบบต่างๆเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเพื่อที่จะสนองความต้องการให้แก่ผู้เอาประกันและมีการครอบคลุมหลายอย่างเช่นการประกันการเจ็บป่วยซึ่งทำให้ผู้เอาประกันสามารถมีรายได้ในยามเจ็บป่วยการประกันอุบัติเหตุทำให้ผู้เอาประกันมีรายได้สำหรับเลี้ยงตนเองในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงหรือได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลในยามที่ผู้เอาประกันบาดเจ็บต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลการประกันเบี้ยเลี้ยงชีพในยามชราทำให้ผู้เอาประกันสามารถมีเบี้ยเลี้ยงชีพไปตลอดชีวิตไม่ว่าจะมีชีวิตอยู่ยาวนานสักเพียงใดก็ตามการประกัน

ชีวิตในปัจจุบันนี้มีได้มีแต่เฉพาะการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตเท่านั้นหากยังแก้ปัญหาการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการเจ็บป่วยทุพพลภาพและชรภาพอีกด้วย

5. การประกันชีวิตก่อให้เกิดอุปนิสัยประหยัดการประกันชีวิตนอกจากจะให้ประโยชน์ในแง่ของรูปธรรมยังให้ประโยชน์ที่เป็นนามธรรมที่เรามองไม่เห็นอีกด้วยประการแรกที่เราเห็นได้ชัดก็คือการประกันชีวิตช่วยปลูกฝังอุปนิสัยประหยัดในหมู่ของประชาชนทั่วไปนิสัยประหยัดเป็นสิ่งดีถ้าหากทุกคนรอบตัวมีการประหยัดรู้จักคาดคะเนถึงภัยอันอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตข้างหน้าและมีภัยพิบัติเกิดขึ้นจริงทำให้ครอบครัวนั้นมีหลักประกันโดยไม่ต้องเป็นภาระแก่สังคมหรือบุคคลอื่น ๆ นอกจากนี้การประหยัดโดยรู้จักใช้เงินไปในทางที่เป็นประโยชน์ยังมีส่วนเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพของเงินตราอีกด้วย

6. การประกันชีวิตช่วยปลูกฝังให้เกิดความรักและความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัวชีวิตครอบครัวจะมีความสุขราบรื่นนั้นก่อนอื่นสมาชิกแต่ละคนในครอบครัวจะต้องมีความรักต่อกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวกำลังหลักในการหาเลี้ยงครอบครัวจะมีความรักความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อบุคคลในครอบครัวเช่นภรรยาบุตรและต่อบุคคลอื่น ๆ ที่มาพึ่งอาศัยอยู่ด้วยการแสดงออกซึ่งความรักและความรับผิดชอบอย่างสมบูรณ์นั้นเห็นได้จากข้อเท็จจริงที่ว่าหัวหน้าครอบครัวจะต้องไม่คำนึงถึงแต่ความสุขเฉพาะหน้าของสมาชิกในครอบครัวเท่านั้นหากยังจะต้องคำนึงถึงความสุขและความมั่นคงในอนาคตของบุคคลเหล่านั้นด้วยเมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วก็ต้องหาหลักประกันให้แก่ครอบครัวแม้หัวหน้าครอบครัวจะไม่มีชีวิตอยู่บุคคลที่อยู่ข้างหลังก็สามารถมีความสุขและความมั่นคงปลอดภัยได้หัวหน้าครอบครัวจะต้องให้ความอารักขาแก่เขาได้แม้จะตายไปแล้วก็ตามนี่คือความรักและความรับผิดชอบอย่างแท้จริง

7. ให้ความคุ้มครองต่อธุรกิจเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเศรษฐกิจของประเทศจะมีความมั่นคงหรือไม่ขึ้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความมั่นคงของธุรกิจต่าง ๆ ที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ความจริงข้อหนึ่งที่สรุปได้จากการศึกษาสภาพความเป็นจริงของธุรกิจมีอยู่ว่าความเจริญรุ่งเรืองหรือความเสื่อมสลายขององค์การธุรกิจหนึ่ง ๆ นั้นมักขึ้นอยู่กับบุคคลที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจนั้น ๆ เช่นประธานของบริหารกรรมการผู้จัดการเป็นต้นบุคคลดังกล่าวถือว่าเป็นผู้มีความชำนาญสูงได้ผ่านการศึกษาเล่าเรียนและมีประสบการณ์ต่าง ๆ มากแต่ในขณะเดียวกันบุคคลเหล่านั้นก็เป็นคนธรรมดาซึ่งหนีไม่พ้นจากความซราเจ็บและตายเขาอาจประสบกับมรณะกรรมที่ไม่คาดคิดด้วยเหตุนี้ถ้ามีการป้องกันไว้เสียก่อนควรจะต้องมีการประกันชีวิตบุคคลที่เป็นกลไกสำคัญของงานไว้เพื่อให้ผู้สืบทอดธุรกิจหรือผู้มีหุ้นส่วนในธุรกิจสามารถมีทุนในการดำเนินธุรกิจต่อไปเป็นการช่วยรักษามิให้ล้มจมและเป็นการรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วยการประกันชีวิตในลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “การประกันธุรกิจ”

8. การประกันชีวิตมีส่วนช่วยในการสมทบทุนเพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในระหว่างเร่งรัดพัฒนาปัจจัยสำคัญที่ขาดเสียมิได้คือกองทุนหรือเงินก้อนใหญ่สำหรับพัฒนาประเทศประเทศด้อยพัฒนาทุกประเทศมักมีปัญหาเรื่องกองทุนทำให้ต้องกู้ยืมจากต่างประเทศธุรกิจการประกันชีวิตเป็นรูปแบบการระดมทุนภายในประเทศชนิดหนึ่งกล่าวคือเงินเบี้ยประกันที่ผู้เอา

ประกันได้ชำระให้แก่บริษัทเมื่อนำมารวมกันแล้วก็จะเป็นเงินก้อนใหญ่สามารถให้รัฐบาลหรือเอกชน กู้ยืมไปประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้ยิ่งกว่านั้นเงินเบี้ยประกันที่บริษัทได้รับจากผู้เอาประกันชีวิตเป็น เงินที่ฝากให้กู้ยืมไปลงทุนได้ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการตราพระราชบัญญัติให้ทันกับความต้องการของ ประชาชนเพราะการประกันชีวิตนอกจากจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทางการเงินแก่ผู้เอาประกัน ชีวิต พ.ศ. 2510 รัฐบาลจึงให้เหตุผลว่า “เพื่อส่งเสริมการประกันชีวิตให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปชีวิต แล้วยังเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย”

9. การประกันชีวิตส่งเสริมให้เกิดสันติสุขและความมั่นคงปลอดภัยในสังคมเป็นที่ทราบกันดี แล้วว่าความปรารถนาสูงสุดของมนุษย์นั้นก็คือต้องการมีชีวิตอย่างผาสุกและมีความมั่นคงปลอดภัย ในชีวิตนั่นคือไม่มีความวิตกกังวลในอนาคตข้างหน้าปัจจัยในการดำรงชีพที่มีอยู่จะต้องมีอยู่ต่อไป เรื่อยๆ โดยไม่มีการสะดุดหยุดลงการประกันชีวิตเป็นการชดใช้การสูญเสียรายได้อันเนื่องจากการเสียชีวิต ทุพพลภาพความชราภาพเป็นการประกันความคงอยู่ของรายได้ประกันความคงอยู่ของปัจจัยใน การดำรงชีวิตนั่นก็ถือเป็นการประกันความสุขและความมั่นคงปลอดภัยของมนุษย์นั่นเอง (สุธรรม พงศ์สำราญ: พึงใจพึงพานิช; และวิรัชณสงขลา. 2542: 22 – 25)

ความสำคัญของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

1. เป็นอาชีพที่เปิดโอกาสให้เราใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ ไม่มีรูปแบบตายตัว เป็นการแสดงความสามารถเฉพาะตัวฐานความรู้ที่ศึกษาเล่าเรียนแขนงต่างๆ ประสบการณ์ในชีวิต ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ จะเสริมสร้างให้การดำเนินอาชีพธุรกิจประกันชีวิตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เป็น อาชีพที่ให้ความแปลกใหม่ในกระแสโลกาภิวัตน์ สามารถคิดใหม่ทำใหม่ได้ตลอดเวลา

2. เป็นอาชีพที่ไม่มีขีดจำกัดของรายได้ในแต่ละเดือน ขึ้นอยู่กับความสามารถ ขึ้นอยู่กับ ความศรัทธาของลูกค้า ขึ้นอยู่กับความขยัน ขึ้นอยู่กับบริการก่อนและหลังการขาย ขึ้นอยู่กับ การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นในความสำเร็จ แตกต่างกับอาชีพอื่นๆ ที่มักจะมี เพดานของรายได้เป็นขีดจำกัด

3. เป็นงานอิสระและเป็นนายของตนเอง ไม่มีเวลาการทำงาน จะเริ่มงานและเลิกงาน เมื่อไหร่ก็ได้ เป็นนายของตนเอง ซึ่งเป็นฐานก่อให้เกิดความสุขอย่างแท้จริง ไม่เครียดและไม่ต้อง ประจบประแจงใคร ไม่ต้องผินใจ เป็นสุขกับการทำงานแลพการจัดตารางการทำงานของตนเองไม่ต้อง ทนต่อสายตาทิที่ไม่เป็นมิตร ตลอดจนการยั้งชิงตำแหน่ง การกลั่นแกล้ง การใส่ร้ายป้ายสีเพื่อแย่งชิง ตำแหน่ง มีอิสระในด้านความคิดและการกระทำ อันจะเป็นโอกาสที่ดีในการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

4. ไม่มีความเสี่ยงต่อการขาดทุน เพราะไม่ต้องลงทุน โดยปกติการประกอบธุรกิจจะมี กำไรประมาณ 20% ของการลงทุน หากต้องการรายได้เดือนละ 100,000 บาท อาจจะต้องลงทุนถึง 500,000 บาท แต่ธุรกิจอาชีพประกันชีวิตตัวแทนประกันชีวิตบางคนมีรายได้เดือนละ 500,000-

1,000,000 บาท โดยไม่ต้องควักเงินลงทุนแม้แต่บาทเดียว จึงเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดความท้าทายเป็นอย่างสูง และเหมาะสมกับคนที่มีความใฝ่ฝันในการทำงานทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดความรู้และอายุ

5. ได้พัฒนาตนเอง อาชีพนี้จะมีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดมากมายตามความเหมาะสมของภาวะตลาดและตามความต้องการของลูกค้า จะต้องพัฒนาตนเองในด้านความรู้ตลอดเวลา ทั้งในด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีทักษะในการประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอลูกค้า พัฒนาศักยภาพภายนอกและภายใน สร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นให้กับตนเอง และลูกค้า ทำให้เป็นคนคล่องแคล่วว่องไว ทันทต่อการเปลี่ยนแปลง

6. มีความก้าวหน้ารวดเร็ว มั่นคง แน่หนอนกว่าการเป็นลูกจ้างหรือทำธุรกิจอย่างอื่น เพราะมีผลตอบแทนระยะยาว สามารถคำนวณรายได้ประจำเดือนได้แน่นอน นอกจากนั้น ยังเป็นมรดกตกทอดให้กับสามี ภรรยาและบุตร สร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว

7. มีเพื่อนฝูงมาก และเป็นที่รักของเพื่อน ๆ เพราะเป็นอาชีพที่ให้บริการก่อนและหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนฝูงจะชอบพอและระลึกถึงบุญคุณที่ให้ความช่วยเหลือแบ่งเบาภาระต่าง ๆ ตลอดจนคอยไต่ถามทุกข์สุขและเป็นที่พึ่งยามเพื่อนฝูงเกิดความสูญเสียเป็นศรัทธาให้กับกลุ่มต่าง ๆ

8. ทำงานได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ ไม่มีวันหยุด ยิ่งทำงานยิ่งขยายงาน ยิ่งเป็นที่รักของทุกคน และเป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้น มีโอกาสช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ด้อยโอกาส ไม่จำเจน่าเบื่อหน่าย

9. มีโอกาสท่องเที่ยวต่างประเทศ ทุก ๆ ปีบริษัทประกันชีวิตจะส่งเสริมให้ตัวแทนประกันชีวิตมีโอกาสไปเปิดหูเปิดตาที่ต่างประเทศ ทำให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน เสริมสร้างทักษะและมีไฟอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นรายได้ประจำเดือนที่ประสบผลสำเร็จ ทำให้สามารถเดินทางไปศึกษาหลักสูตรและความรู้ในต่างประเทศ ด้วยทุนตนเองเพื่อเพิ่มความรู้ในอาชีพธุรกิจประกันชีวิตได้ตลอดเวลา

10. เป็นอาชีพที่ทำได้ยาวนาน ไม่จำกัดอายุในการเข้าทำงานและออกจากที่ทำงานตราบนานเท่าที่ท่านสามารถจะทำยอดขายได้และสามารถให้บริการลูกค้าได้ ยิ่งมีอายุมากขึ้นยิ่งสะสมประสบการณ์และยิ่งสะสมบารมี

11. เป็นอาชีพที่ให้คุณค่าให้โทษด้วยตัวของเราเอง ผิดกับอาชีพอื่น ๆ เช่น การรับราชการ บางคนทำงานหนักแต่ผู้บังคับบัญชาไม่เห็นผลงาน บางคนทำงานน้อยแต่คอยเอาใจผู้ใหญ่ ก็จะได้เลื่อนขั้นไม่มีความยุติธรรม แต่อาชีพประกันเราปูนบำเหน็จรางวัลด้วยตัวเราเอง ผลงานมากขึ้นอยู่กับจำนวนตัวเลขซึ่งเป็นไปอย่างมีระบบและยุติธรรม ไม่ทำให้เกิดการเสียขวัญกำลังใจ

(พรหมมาศ แสงทอง. 2546: 47-51)

จรรยาบรรณและศีลธรรมของตัวแทนประกันชีวิต

1. มีความซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันภัยบริษัทและเพื่อนร่วมอาชีพ

2. ให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอและชี้แจงให้ผู้เอาประกันภัยทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย
3. รักษาความลับอันไม่ควรเปิดเผยของผู้เอาประกันภัยและของบริษัทต่อบุคคลภายนอก
4. เปิดเผยข้อความจริงของผู้เอาประกันภัยในส่วนที่เป็นสาระสำคัญเพื่อการพิจารณารับประกันหรือเพื่อความสมบูรณ์ของกรมธรรม์
5. ไม่เสนอแนะผู้ขอเอาประกันภัยทำประกันภัยเกินความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัยหรือเสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์
6. ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าบำเหน็จเพื่อจูงใจให้ผู้เอาประกันชีวิต
7. ไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันภัยสละกรมธรรม์เดิมเพื่อทำสัญญาใหม่หากทำให้ผู้เอาประกันภัยเสียประโยชน์
8. ไม่กล่าวให้ร้ายทับถมตัวแทนประกันชีวิตบริษัทอื่นหรือนายหน้าประกันชีวิตบุคคลอื่น
9. หมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ
10. ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมประเพณีอันดีงาม ทั้งธำรงไว้ซึ่งเกียรติ ศักดิ์ศรี และคุณธรรมแห่งอาชีพปฏิญาณ

คุณลักษณะที่ดีของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี

1. มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ โดยมองเห็นถึงคุณประโยชน์ของการทำประกันชีวิตว่ามีประโยชน์ในการวางแผนชีวิตเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงกับครอบครัวหากตนเองเกิดเป็นอะไรขึ้นมาตัวแทนประกันที่ดีต้องมีการทำประกันชีวิตซึ่งเป็นการแสดงถึงทัศนคติที่ดีต่อการทำประกันชีวิตเพราะหากแม้นตนเองยังไม่ทำประกันชีวิตก็ยากที่จะชักจูงให้ผู้อื่นทำประกันชีวิตได้
2. มีความกระตือรือร้น ขยัน และอดทนตัวแทนประกันมีอาชีพต้องมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ขยัน และอดทนเพราะในการพบปะผู้มุ่งหวังอาจต้องมีความเพียรพยายามและต้องใช้ความอดทนสูงเพราะส่วนใหญ่ผู้มุ่งหวังจะมีทัศนคติในด้านลบต่อการทำประกันชีวิตตัวแทนประกันจึงต้องอดทนในการชักจูงผู้มุ่งหวังให้มาทำประกันชีวิตนอกจากนี้ตัวแทนประกันที่ดีต้องรู้จักแสวงหาผู้มุ่งหวังอยู่เสมอเพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการขายประกันให้เกิดขึ้น
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งต่อลูกค้า ต่อบริษัทในด้านลูกค้านั้นต้องเสนอการประกันชีวิตที่เหมาะสมกับลูกค้าทั้งในด้านประเภทของกรมธรรม์และวงเงินที่เหมาะสม ซึ่งไม่ควรเกิน 10% ของรายได้เพราะถ้าหากเกินจะเป็นการสร้างภาระต่อลูกค้าส่วนในด้านบริษัทต้องไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตัวจนทำให้ทำผิดนโยบายของบริษัท เช่นการลดส่วนลดค่าเบี้ยประกันชีวิตให้ลูกค้าเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าทำประกันเป็นต้น
4. มีบุคลิกภาพที่ดี ทั้งในด้านลักษณะท่าทาง การแต่งกายน้ำเสียงในการสนทนา สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดความเชื่อถือในตัวของตัวเองตัวแทนประกันอันส่งผลต่อความเชื่อถือต่อบริษัทตามมา

5. มีไหวพริบดี รู้จักพลิกแพลงมีการเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สิ่งต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์การเรียนรู้ของตัวตัวแทนประกันเองรวมถึงเกิดจากการเตรียมตัวที่ดีของตัวแทนประกัน

6. มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอโดยการออกตลาดสม่ำเสมอ เข้าฟังวิชาการสม่ำเสมอ วิเคราะห์การขายสม่ำเสมอเพื่อจะได้นำประสบการณ์ ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นมาเป็นบทเรียนในการสร้างความเป็นตัวแทนประกันมืออาชีพต่อไป

7. มีความสนุกสนานที่จะพูดคุยกับคนได้ทุกอาชีพตัวแทนประกันที่ดีต้องเป็นคนอารมณ์ดี ยิ้มแย้ม เข้ากับคนได้ง่ายและเป็นธรรมชาติตลอดจนมีความรู้รอบตัวพอสมควรเพื่อที่เวลาสนทนากับลูกค้าจะสามารถสนทนาได้อย่างคล่องแคล่ว

8. ต้องรู้จักวางแผน และ แบ่งเวลาการทำงานให้เหมาะสมเนื่องจากอาชีพขายประกันเป็นอาชีพที่ไม่มีการลงบันทึกเวลาเข้าออกในการทำงานดังนั้นตัวแทนประกันที่ดีต้องมีวินัยในตัวเองสูง รู้จักวางแผนและแบ่งเวลาให้เหมาะสมทั้งเวลาในด้านการพบผู้มุ่งหวังรายใหม่ การติดตามลูกค้ารายเก่า การบริการลูกค้าการเยี่ยมเยียนลูกค้า ตลอดจนการหารายชื่อของผู้มุ่งหวังรายใหม่

9. มีศิลปะในการพูดตัวแทนประกันที่ดีไม่จำเป็นต้องพูดเก่ง แต่ต้องพูดเป็น ถูกต้อง และ ตรงไปตรงมาเพราะคำพูดจะเป็นส่วนสำคัญต่อความน่าเชื่อถือให้ตัวของตัวแทนประกัน(MLM ขายตรงการตลาดแบบหลายชั้น. 2551)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไมตรี เอี่ยมปรีชา (2547: บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่อง ทศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตของประชาชนกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประชาชนมีทัศนคติต่อการประกันชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตของประชาชนโดยจำแนกตามตัวแปรได้พบว่าประชาชนเพศชายและหญิงมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประชาชนอายุมากกว่า 30 ปีและไม่เกิน 30 ปีมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประชาชนที่มีสถานภาพโสดกับประชาชนที่มีสถานภาพสมรสมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ประชาชนที่วุฒิการศึกษาปริญญาตรีกับต่ำกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประชาชนที่มีประสบการณ์ไม่เกิน 5 ปีและ 6 –10 ปีมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชาชนที่มีบุคลิกภาพแบบเอและบีมีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประชาชนที่มีรายได้ต่างกันที่มีทัศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยดังกล่าวทำให้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของ
คนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของตัวแทนประกันชีวิตโดยใช้ประโยชน์ดังกล่าวเพื่อการ
สร้างกรอบงานวิจัยและแบบสอบถาม

ประพนธ์ โสภสัมพันธุ์สุข (2550: บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการความพึงพอใจ
โดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้าที่ถือกรมธรรม์ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอเมริกันอินเตอร์
เนชันแนลแอสซัวร์นส์จำกัด : กรณีศึกษาภาคนำทอง 235

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ถือกรมธรรม์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอายุ 35-44 ปีการศึกษา
ระดับปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ 10,001-50,000 บาทต่อเดือนสถานภาพโสด
และถือกรมธรรม์ประกันชีวิต 1 ฉบับ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ถือกรมธรรม์มีความคิดเห็นต่อ
ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเชื่อถือได้อยู่ใน
ระดับดีด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับดีด้านความมั่นใจได้อยู่ในระดับดีด้านการ
เข้าถึงจิตใจอยู่ในระดับดีและด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับดี ผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิต
ของ AIA ที่มีอายุอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของ AIA ที่มีจำนวนกรมธรรม์ที่ถือ
ครองต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความคิดเห็น
เรื่องคุณภาพการบริการในด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วด้านความมั่นใจได้
ด้านการเข้าถึงจิตใจและด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ถือ
กรมธรรม์ประกันชีวิตของ AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความคิดเห็นเรื่องเหตุจูงใจใน
การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัท AIA ด้านความยุติธรรมใน
การจ่ายสินไหมทดแทนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของ
AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความคิดเห็นเรื่องเหตุจูงใจในการซื้อกรมธรรม์ประกัน
ชีวิตด้านความยุติธรรมในการจ่ายสินไหมทดแทนความหลากหลายของรูปแบบกรมธรรม์ประกัน
ชีวิตด้านการบริการก่อนการขายของตัวแทนด้านการบริการหลังการขายของตัวแทนด้านเงื่อนไข
ของผลตอบแทนที่ดีในกรมธรรม์ประกันชีวิตด้านอัตราค่าเบี้ยประกันให้เหตุผลสมผลด้านเงื่อนไขการ
ชำระเบี้ยประกันมีความยืดหยุ่นและด้านสถานที่ตรวจสอบสุขภาพของบริษัทรวมทั้งสถานพยาบาลที่เข้า
ร่วมโครงการในการตรวจสอบสุขภาพก่อนการทำสัญญา มีความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์กับความพึง
พอใจโดยรวมของผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของ AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความ
พึงพอใจโดยรวมของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ
ตัวแทนประกันชีวิตของ AIA ด้านตัวแทนของท่านคือบุคคลที่เหมาะสมที่สุดในการให้บริการด้าน
การประกันชีวิตและด้านการเจาะจงซื้อกับตัวแทนเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ความ
คิดเห็นเรื่องความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าผู้
ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของ AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากผลการวิจัยดังกล่าวทำให้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของตัวแทนประกันชีวิตโดยใช้ประโยชน์ดังกล่าวเพื่อการสร้างกรอบงานวิจัยและแบบสอบถาม

ธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านพื้นฐานส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ระยะเวลาที่ทำประกันชีวิต กรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสามัญ มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านบุคคลที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์ทางการเงิน ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ ด้านการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและด้านแบบประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในระดับปานกลาง แต่ในส่วนของความพึงพอใจด้านการให้บริการของตัวแทนประกันชีวิตและด้านบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในระดับมาก ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ การลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แบบประกันชีวิต การให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต แต่ในส่วนของบุคคลที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์ทางการเงิน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตมีส่วนช่วยสนับสนุนตลาดทุนโดยเป็นสถาบันการเงินอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยระดมทุนจากการรับฝากเงินของภาคครัวเรือนในรูปแบบของเบี้ยประกันชีวิต อีกทั้งการลงทุนของธุรกิจประกันชีวิตยังมีส่วนช่วยรักษาทุนสำรองในรูปแบบของพันธบัตรรัฐบาลเป็นอย่างมากเพราะมีอัตราส่วนการลงทุนสูงมากที่สุดเมื่อเทียบกับอัตราส่วนการลงทุนทั้งหมดของธุรกิจประกันชีวิต

จากผลการวิจัยดังกล่าวทำให้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ประโยชน์ดังกล่าวเพื่อการสร้างกรอบงานวิจัยและแบบสอบถาม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” โดยมีเนื้อหา
สาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) ได้แก่ ลูกค้ำประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่าน
ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มี
ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample) ได้แก่ ลูกค้ำประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่าน
ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มี
ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบทราบ
จำนวนประชากร ซึ่งจากฐานข้อมูลของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด
(มหาชน) พบว่า ในปี 2557 มีจำนวนลูกค้ำประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ
บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน
กรุงเทพมหานคร จำนวน 10,364 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973)
กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) และให้ค่าความเชื่อมั่น 95% ค่า
ความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5 % (กัลยาวันชัยบัญชา. 2545: 25-26) มีสูตรดังนี้

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

เมื่อ	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	e	แทน	ค่าสัดส่วนความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน 5 % (e = 0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{(10,364)}{1 + (10,364 \times 0.05^2)}$$

$$= 385.13 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะทำการสุ่มตัวอย่างลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 385 คน โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยที่ไม่สามารถทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นของแต่ละหน่วยได้ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยการฝากแบบสอบถามไว้กับเลือกตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เจาะจงเฉพาะตัวแทนที่ยังคงมีการส่งเบี้ยประกันชีวิต โดยเจาะตัวแทนรายใหญ่ที่มีพื้นที่ดูแลในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) นำแบบสอบถามที่ได้รับ แจกจ่ายให้กับลูกค้าประกันชีวิตที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกตามสถานที่ต่างๆ ที่ตัวแทนประกันชีวิตได้มีการนัดหมายไว้แล้ว เพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามโดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการและคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต

ขั้นที่ 3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองโดยเป็นคำถามแบบให้

เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) โดยมีแบบเลือก 2 คำตอบ (Simple-dichotomy questions) ในข้อที่ 1 แบบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice questions) ในข้อที่ 2-7 โดยแต่ละข้อได้ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศโดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกดังนี้

- 1.ชาย
- 2.หญิง

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยใช้เกณฑ์การกำหนดช่วงอายุจากงานวิจัยของเอื้อกานต์ ตั้งประสพทรัพย์ (2548). ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์กรมสรรพากรในเขตกรุงเทพมหานครดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จึงขอใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นเกณฑ์ โดยกำหนดจำนวนชั้นของข้อมูล คือ 5 ชั้น ดังนั้นความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2549: 129) มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{60-20}{4} \\ &= 10 \text{ ปี} \end{aligned}$$

ดังนั้น สามารถแบ่งช่วงอายุในแบบสอบถามได้ ดังนี้

1. 20-29 ปี
2. 30-39 ปี
3. 40-49 ปี
4. มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

ข้อที่ 3. ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยมีคำตอบให้เลือกดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) โดยมีคำตอบให้เลือกดังนี้

1. โสด

2. สมรส

3. อื่นๆ

ข้อที่ 5. อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) โดยมีคำตอบให้ เลือกดังนี้

1. พนักงานบริษัทเอกชน

2. รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

3. ธุรกิจส่วนตัว

4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยการกำหนดช่วงรายได้นั้น โดยกำหนดจำนวนชั้นของข้อมูล คือ 4 ชั้น ดังนั้นความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2549: 129) มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{55,000 - 15,000}{4} \\ &= 10,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ดังนั้นสามารถแบ่งช่วงรายได้ในแบบสอบถามได้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

2. 15,001 – 25,000 บาท

3. 25,001 – 35,000 บาท

4. 35,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 7 จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครองใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. 1 ฉบับ

2. 2 ฉบับ

3. 3 ฉบับขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความ

นำเชื่อถือ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และด้านการเข้าถึงลูกค้า มีจำนวน 9 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสเกล (Semantic Differential Scale) โดยระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scale) ของ Likert (Method of summated rating the Likert Scale) (ศิริวรรณเสรีรัตน์. 2541 : 166)

ใช้กับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็น	การให้คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

คะแนนเฉลี่ย (Mean) พิจารณาจากคะแนนของคำตอบแล้วนำมาแบ่งระดับของคะแนนกำหนดเป็น 5 ระดับใช้เกณฑ์การคำนวณดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา.2545:27) การคำนวณความกว้างระหว่างชั้น

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งแปลความหมายของระดับคะแนนคุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตได้ดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับดีมาก
- 3.41 - 4.20 หมายถึง คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับดี
- 2.61 - 3.40 หมายถึง คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 หมายถึง คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับไม่ดี
- 1.00 - 1.80 หมายถึง คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับไม่ดีย่าง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ด้านทักษะการขาย ด้านการให้บริการ และด้านลักษณะเชิงกายภาพ มีจำนวน 18 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสเกล (Semantic Differential Scale) โดย

ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของLikert (Mothod of summated rating the Likert Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 166) ใช้กับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็น	การให้คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

คะแนนเฉลี่ย (Mean) พิจารณาจากคะแนนของคำตอบแล้วนำมาแบ่งระดับของคะแนน กำหนดเป็น 5 ระดับใช้เกณฑ์การคำนวณดังนี้ (กัลยาวันิชย์ บัญชา.2545:27) การคำนวณความกว้างระหว่างชั้น

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งแปลความหมายของระดับคะแนนของคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ได้ดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ อยู่ในระดับดีมาก
- 3.41 - 4.20 หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ อยู่ในระดับดี
- 2.61 - 3.40 หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ อยู่ในระดับไม่ดี
- 1.00 - 1.80 หมายถึง คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ อยู่ในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสเกล (Semantic Differential Scale) โดยระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scale) ของLikert (Mothod of summated rating the Likert Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 166) ใช้กับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็น	การให้คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

คะแนนเฉลี่ย (Mean) พิจารณาจากคะแนนของคำตอบแล้วนำมาแบ่งระดับของคะแนนกำหนดเป็น 5 ระดับใช้เกณฑ์การคำนวณดังนี้ (กัลยาวันิชย์ บัญชา.2545:27) การคำนวณความกว้างระหว่างชั้น

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งแปลความหมายของระดับคะแนนของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต ได้ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท มากที่สุด

3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท มาก

2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท น้อย

1.00 - 1.80 หมายถึง มีมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท น้อยที่สุด

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นที่ 5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ที่เป็นลูกค้าทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทประกันวินาศภัยที่จากประเทศญี่ปุ่นบริษัทหนึ่งแล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (กลียา วาณิชย์บัญชา. 2548: 449-450) พบว่า

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.870

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.967

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.751

และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.952

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษา“ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์จาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง บทความในวารสาร อินเทอร์เน็ต และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนคนตามจำนวนที่ต้องการวิจัย

2.2 แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและเต็มใจในการตอบแบบสอบถามรวมทั้งหมด 385 ชุด

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดกระทำข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม

ทั้งหมดมาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ (Pre-test) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง
3. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่เพศอายุระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง

อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร (เดียนจิตต์ จิตต์อารี. 1990: 236)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลทางด้านคุณภาพการบริการ และตอนที่ 3 ข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต

ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum Xi$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลทางด้านคุณภาพการบริการ และตอนที่ 3 ข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2547:48)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	S.D.	=	$\sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$
เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของสมมติฐานปัจจัยด้านต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

2.1. สถิติ t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 108-109) มีสูตร ดังนี้

1. กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

2. กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_p	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ $n_1 + n_2 - 2$

2.2. Levene's test จะต้องทดสอบความเท่ากันของ σ^2 ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ก่อนโดยใช้ Levene's test (ทดสอบว่า σ^2 ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มเท่ากันหรือไม่)

$$\text{สูตร} \quad F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \quad \begin{array}{l} df_1 = n_1 - 1 \\ df_2 = n_2 - 1 \end{array}$$

2.3. กรณี ค่าความแปรปรวนเท่ากัน ใช้สถิติแบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 293) มีสูตร ดังนี้

แหล่งความแปรปรวน	df	Ss	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	k - 1	$SS_{(B)}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในกลุ่ม (w)	n - k	$SS_{(w)}$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
รวม	n - 1	$SS_{(T)}$		

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F- distribution
Df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n - k)
K	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
N	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
$SS_{(B)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)
$SS_{(w)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)
$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของการแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของการแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 332-333)

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ

$$n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

$t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

2.4. กรณี ค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ใช้สถิติ Brown – Forsythe (B) (Hartung. 2001: 30)

$$B = \frac{MSB}{MSW}$$

$$\text{โดยที่ } MSW = \sum_{i=1}^k \left(\frac{1-n}{N} \right) F_i^2$$

เมื่อ MSB	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MSW	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
N	แทน	ขนาดประชากร
F_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ (Dunnett T3) (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2545: 161)

$$\overline{d_D} = \frac{q_D \sqrt{2 \left(\frac{MS_{S/A}}{S} \right)}}{\sqrt{s}}$$

เมื่อ $\overline{d_D}$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
q_D	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.5. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่อิสระต่อกันหรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544:314)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left[n \sum x^2 - (\sum x)^2 \right] \left[n \sum y^2 - (\sum y)^2 \right]}}$$

เมื่อ rx_y	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
x	แทน	ผลรวมของคะแนนของตัวแปร X
y	แทน	ผลรวมของคะแนนของตัวแปร Y
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนน x และ y
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r คือ

- 1) ค่า r เป็นลบแสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
 - 2) ค่า r เป็นบวกแสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
 - 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
 - 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
 - 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
 - 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย
- สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์).

2544: 316) กำหนดดังนี้

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.91 | แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.71 – 0.90 | แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.31 – 0.70 | แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.01 – 0.30 | แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ |
| ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 | แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลและวิเคราะห์ข้อมูลและ การวิเคราะห์ผลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้

n	แทน	จำนวนคนในกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และด้านการเข้าถึงลูกค้า

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียว

มารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ด้านทักษะการขาย ด้านการให้บริการ และด้านลักษณะเชิงกายภาพ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมี 3 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง ดังรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	146	37.90
1.2 หญิง	239	62.10
รวม	385	100.00
2. อายุ		
2.1 20 - 29 ปี	80	20.80
2.2 30 - 39 ปี	196	50.90
2.3 40 - 49 ปี	61	15.80
2.4 50 ปี ขึ้นไป	48	12.50
รวม	385	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	12.70
3.2 ปริญญาตรี	194	50.40
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	142	36.90
รวม	385	100.00
4. สถานภาพสมรส		
4.1 โสด	247	64.20
4.2 สมรส	138	35.80
รวม	385	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
5.1 พนักงานบริษัทเอกชน	157	40.80
5.2 รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	108	28.10
5.3 ธุรกิจส่วนตัว	64	16.60
5.4 อื่นๆ	56	14.50
รวม	385	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 ไม่เกิน 15,000 บาท	47	12.20
6.2 15,001 – 25,000 บาท	83	21.60
6.3 25,001 – 35,000 บาท	110	28.60
6.4 35,001 บาทขึ้นไป	145	37.70
รวม	385	100.00
7. จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง		
7.1 1 ฉบับ	149	38.70
7.2 2 ฉบับ	160	41.60
7.3 3 ฉบับ	76	19.70
รวม	385	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 385 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

1. เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.10 และเป็นเพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.80 อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

3. ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 และมีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70

4. สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 และสถานภาพสมรส จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80

5. อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ

28.10 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 และอื่นๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 รองลงมาคือ รายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60 และ รายได้ ไม่เกิน 15,000 บาทจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20

7. จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง 2 ฉบับ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาคือ มีจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง 1 ฉบับ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 และมีจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง 3 ฉบับ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และด้านการเข้าถึงลูกค้า

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของบริษัทฯ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพการบริการ
ด้านความน่าเชื่อถือ			
1. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง	4.24	0.660	ดีมาก
2. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายด้านโรงพยาบาลทั่วประเทศ	4.13	0.717	ดี
3. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำ	3.99	0.750	ดี
รวม	4.12	0.605	ดี
ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว			
4. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการจ่ายสินไหมทดแทน	3.67	0.895	ดี
5. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการติดต่อกลับระหว่างบริษัทกับลูกค้า	3.42	1.007	ดี
6. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีขั้นตอนการเรียกร้องสินไหมสะดวกรวดเร็ว	3.41	0.983	ดี
รวม	3.50	0.848	ดี
ด้านการเข้าถึงลูกค้า			
7. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารท่านทราบตลอดเวลา	3.45	0.951	ปานกลาง
8. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่ติดตามและดูแลผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด	3.51	0.930	ดี
9. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีการแจ้งผลการจ่ายสินไหมทดแทนให้ท่านทราบอย่างถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้	3.48	0.974	ดี
รวม	3.45	0.810	ดี
คุณภาพการบริการของตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม	3.69	0.616	ดี

จากตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายด้านโรงพยาบาลทั่วประเทศ และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการจ่ายสินไหมทดแทน ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการติดต่อกลับระหว่างบริษัทกับลูกค้า และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีขั้นตอนการเรียกร้องสินไหมสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 3.42 และ 3.41 ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงลูกค้า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านการเข้าถึงลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ติดตามและดูแลผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีการแจ้งผลการจ่ายสินไหมทดแทนให้ท่านทราบอย่างถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ 3.48 และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารท่านทราบตลอดเวลา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ด้านทักษะการขาย ด้านการให้บริการ และด้านบุคลิกภาพ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานคร ต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของ ตัวแทนประกันชีวิต ของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์			
1. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.76	0.881	ระดับดี
2. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับท่านได้	3.68	0.900	ระดับดี
3. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถให้คำปรึกษาทางด้านประกันชีวิตหากมีการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์	3.76	0.865	ระดับดี
4. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่างๆเกี่ยวกับแบบประกันชีวิตอย่างชัดเจนและรวดเร็ว	3.48	1.000	ระดับดี
รวม	3.67	0.785	ระดับดี
ด้านทักษะการขาย			
5. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถโน้มน้าวชักจูงท่านให้เกิดความมั่นใจในการทำประกันชีวิตได้	3.51	0.944	ระดับดี
6. ตัวแทนของบริษัทฯ ให้เกียรติและมีมิตรภาพที่ดีกับท่านเสมอ	4.05	0.802	ระดับดี
7. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียความคุ้มครองแบบประกันได้	4.00	0.831	ระดับดี
8. ตัวแทนของบริษัทฯ มีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดีเช่น มอบของขวัญในโอกาสต่างๆ	3.65	0.987	ระดับดี
รวม	3.80	0.675	ระดับดี
ด้านการให้บริการ			
9. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความพร้อมที่จะให้บริการท่านอยู่เสมอ	3.71	0.913	ระดับดี
10. ตัวแทนของบริษัทฯ ช่วยเหลือและให้บริการอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ	3.71	0.937	ระดับดี
11. ตัวแทนของบริษัทฯ เป็นผู้ที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.87	0.836	ระดับดี
รวม	3.76	0.772	ระดับดี

ตาราง 3 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของ ตัวแทนประกันชีวิต ของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
ด้านบุคลิกภาพ			
12. ตัวแทนของบริษัทฯ เป็นบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาดี	3.45	0.871	ระดับดี
13. ตัวแทนของบริษัทฯ มีน้ำเสียงพูดสุภาพเรียบร้อย	4.04	0.728	ระดับดี
14. ตัวแทนของบริษัทฯ แต่งกายสะอาดและไม่มียกเลี่ยนกาย	4.03	0.755	ระดับดี
15. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถเป็นเพื่อนที่ดีในการขอคำปรึกษา	3.72	0.900	ระดับดี
ด้านประกันชีวิต			
16. ตัวแทนของบริษัทฯ ทำทาง การวางตัวดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย	3.74	0.800	ระดับดี
17. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความกระตือรือร้น ตรงต่อเวลา	3.58	1.007	ระดับดี
18. ตัวแทนของบริษัทฯ มีการแต่งกายที่ดีเหมาะสมมีรสนิยม และ	3.49	1.054	ระดับดี
ถูกกาลเทศะ			
รวม	3.72	0.630	ระดับดี
คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม	3.74	0.594	ระดับดี

จากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถให้คำปรึกษาทางด้านประกันชีวิตหากมีการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับท่านได้ และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่างๆ เกี่ยวกับแบบประกันชีวิตอย่างชัดเจนและรวดเร็ว อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 3.76 3.68 และ 3.48 ตามลำดับ

ด้านทักษะการขาย ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ให้เกียรติและมีมิตรภาพที่ดีกับท่านเสมอ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียความคุ้มครองแบบประกันได้ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดีเช่น มอบของขวัญในโอกาสต่างๆ และความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัทฯ สามารถโน้มน้าวชักจูงท่านให้เกิดความมั่นใจในการทำประกันชีวิตได้ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 4.00 3.65 และ 3.51 ตามลำดับ

ด้านการให้บริการ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพร้อมที่จะให้บริการท่านอยู่เสมอและความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ช่วยเหลือและให้บริการอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.71 และ 3.71 ตามลำดับ

ด้านบุคลิกภาพ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีน้ำเสียงพูดสุภาพเรียบร้อย ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แต่งกายสะอาดและไม่มีการก่อกวน ความเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัทฯ ทำทาง การวางตัวดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถเป็นเพื่อนที่ดีในการขอคำปรึกษาด้านประกันชีวิต ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความกระตือรือร้น ตรงต่อเวลา ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีการแต่งกายที่ดีเหมาะสมมีรสนิยม และถูกกาลเทศะ และความคิดเห็นของคนใน

กรุงเทพมหานครต่อตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาดี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 4.03 3.74 3.72 3.58 3.49 และ 3.45 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนของบริษัทฯ	3.97	0.800	พึงพอใจมาก
2. ถ้ามีกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบใหม่ ท่านจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม	3.62	0.814	พึงพอใจมาก
3. เมื่อครบสัญญาประกันชีวิต ท่านจะต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม	4.19	0.713	พึงพอใจมาก
4. ท่านจะใช้บริการผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิมก่อนเสมอ ถึงแม้บริษัทประกันชีวิตอื่นๆ จะมีเบี้ยประกันชีวิตถูกกว่า	3.59	0.837	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัทในภาพรวม	3.84	0.380	พึงพอใจมาก

จากตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ในประเด็นเมื่อครบสัญญาประกันชีวิต ท่านจะต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม ประเด็นการแนะนำให้ผู้อื่นทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประเด็นถ้ามีกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบใหม่ ท่านจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม และประเด็นใช้บริการผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิมก่อนเสมอ ถึงแม้บริษัทประกันชีวิต

อื่นๆ จะมีเบี้ยประกันชีวิตถูกกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, 3.97, 3.62 และ 3.59 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ (Independent Sample t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังตาราง 4

ตาราง 5 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test

ความพึงพอใจใน การทำประกันชีวิต ผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ฯ	Levene's Test of Equality Variance	F	Sig.	t-test for Equality of Means						
				เพศ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจในการ ทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิต ของ บริษัท ใน ภาพรวม	Equal variances assumed	0.216	0.642	ชาย	146	3.89	0.381	1.391	383	0.165
	Equal variances not assumed			หญิง	239	3.83	0.390			

จากตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t-test พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้การทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจะกระทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 6 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	1.347	3	381	0.259

จากตาราง 6 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.259 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนกลุ่มนี้เท่ากัน ซึ่งจะใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ดังตาราง 6

ตาราง 7 ความแตกต่างกันของของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.390 56.046 57.436	3 381 384	0.463 0.147	3.149*	0.025

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ

อายุ	$\bar{x}$	20 - 29 ปี	30 - 39 ปี	40 - 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		3.88	3.81	3.85	3.99
20 - 29 ปี	3.88	-	0.066 (0.193)	0.027 (0.683)	-0.120 (0.088)
30 - 39 ปี	3.81	-	-	-0.040 (0.481)	-0.186** (0.003)
40 - 49 ปี	3.85	-	-	-	-0.146* (0.049)
50 ปีขึ้นไป	3.99	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระหว่าง 30 - 39 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมน้อยกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.186

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระหว่าง 40 - 49 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อายุระหว่าง 40 - 49 ปี มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมน้อยกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.146

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้การทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย

หนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจะกระทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 9 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	1.245	2	382	0.289

จากตาราง 9 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวนารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.289 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนกลุ่มนี้เท่ากัน ซึ่งจะใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ดังตาราง 10

ตาราง 10 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวนารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวนารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.175	2	0.588	3.990*	0.019
	ภายในกลุ่ม	56.261	382	0.147		
	รวม	57.436	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า **ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05** ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตาราง 10

ตาราง 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ

ระดับการศึกษา	— X	ต่ำกว่าปริญญาดรี	ปริญญาดรี	สูงกว่าปริญญาดรี
		3.99	3.84	3.82
ต่ำกว่าปริญญาดรี	3.99	-	0.156* (0.011)	0.174** (0.006)
ปริญญาดรี	3.84		-	-0.155* (0.011)
สูงกว่าปริญญาดรี	3.82			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาดรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาดรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาดรี มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มากกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาปริญญาดรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.156

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มากกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.174

และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มากกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.155

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน จะใช้การทดสอบค่าโดยอิสระ (Independent Sample t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังตาราง 11

ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene's Test of Equality of Variances	F	Sig.	t-test for Equality of Means						
				สถานภาพ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	Equal variances assumed	0.359	0.549	โสด	247	3.82	0.390	-1.842	383	0.066
	Equal variances not assumed			สมรส	138	3.90	0.377			

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t-test พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.066 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้การทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจะกระทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 13 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	1.422	3	381	0.236

จากตาราง 13 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวนารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.239 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนกลุ่มนี้เท่ากัน ซึ่งจะใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ดังตาราง 14

ตาราง 14 ความแตกต่างกันของของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต(ประเทศไทย)จำกัด(มหาชน)ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.923 55.513 57.436	3 381 384	0.641 0.146	4.400**	0.005

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพโดยการใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตาราง 15

ตาราง 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ

อาชีพ	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
		3.82	3.86	3.79	4.01
พนักงาน	3.82	-	-0.038	0.033	-0.195**
บริษัทเอกชน			(0.426)	(0.557)	(0.001)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.86	-	-	0.071	-0.157*
				(0.237)	(0.013)
ธุรกิจส่วนตัว	3.79	-	-	-	-0.228**
					(0.001)
อื่นๆ	4.01	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.195

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.157

และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพรับราชการและอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.228

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้การทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจะกระทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 16 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	0.528	3	381	0.663

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.663 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนกลุ่มนี้เท่ากัน ซึ่งจะใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ดังตาราง 17

ตาราง 17 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.178	3	0.393	2.660*	0.048
	ภายในกลุ่ม	56.258	381	0.148		
	รวม	57.436	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการใช่วิธี One Way ANOVA ทดสอบ พบว่าความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำ

ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตาราง 18

ตาราง 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	— X	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 บาท ขึ้นไป
		3.90	3.75	3.86	3.89
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.90	-	0.148* (0.034)	0.040 (0.552)	0.009 (0.886)
15,001 – 25,000 บาท	3.75	-	-	-0.109 (0.052)	-0.139* (0.009)
25,001 – 35,000 บาท	3.86	-	-	-	-0.031 (0.530)
35,001 บาทขึ้นไป	3.89	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มากกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.148

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน

ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่าประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.139

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้การทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจะกระทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 19 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครองโดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท ฯ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกัน ชีวิตของบริษัท ในภาพรวม	1.182	2	382	0.308

จากตาราง 19 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.308 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนกลุ่มนี้ เท่ากัน ซึ่งจะใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ดังตาราง 20

ตาราง 20 ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่าน ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทน ประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.497	2	0.749	5.112**	0.006
	ภายในกลุ่ม	55.939	382	0.146		
	รวม	57.436	384			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง โดยการใช้สถิติ One Way ANOVA ทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธี

ทดสอบแบบ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง โดยใช้สถิติ LSD ทดสอบ

ระดับการศึกษา	— X	1 ฉบับ	2 ฉบับ	3 ฉบับ
		3.83	3.81	3.98
1 ฉบับ	3.83	-	0.015 (0.734)	-0.148** (0.006)
2 ฉบับ	3.81	-	-	-0.162** (0.002)
3 ฉบับ	3.98	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 1 ฉบับ กับ กลุ่มตัวอย่างที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 3 ฉบับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 1 ฉบับ มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 3 ฉบับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.148

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 2 ฉบับ กับ กลุ่มตัวอย่างที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 3 ฉบับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 2 ฉบับ มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม น้อยกว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ถือครองกรมธรรม์จำนวน 3 ฉบับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.162

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Sig มีค่าน้อยกว่า 0.01 โดยผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติดังกล่าวเป็นดัง ตาราง 22

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ		
	r	Sig	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความเชื่อถือได้	0.869**	0.008	ระดับสูง
ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	0.710**	0.000	ระดับสูง
ด้านการเข้าถึงลูกค้า	0.817**	0.001	ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือได้ กับ ความพึง

สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัตินี้ของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : คุณสมบัตินี้ของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : คุณสมบัตินี้ของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Sig มีค่าน้อยกว่า 0.01 โดยผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติดังกล่าวเป็นดัง ตาราง 23

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัตินี้ของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

คุณสมบัตินี้ของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ฯ		
	r	Sig	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์	0.822**	0.000	ระดับสูง
ด้านทักษะการขาย	0.657**	0.000	ระดับปานกลาง
ด้านการให้บริการ	0.747**	0.000	ระดับสูง
ด้านลักษณะเชิงกายภาพ	0.827**	0.000	ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(มหาชน) ด้านการให้บริการ เพิ่มมากขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

และคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะเชิงกายภาพ กับ ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จะเห็นได้ว่าค่า Sig จากการทดสอบ มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะเชิงกายภาพ ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.827 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้า คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะเชิงกายภาพ เพิ่มมากขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานที่ 1	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One way ANOVA

ตาราง 25 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีน ประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlations
สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlations

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตกรณีศึกษา : บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)”ครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตกรณีศึกษา : บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตในประเด็นต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการและด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ปรับปรุงคุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตและรูปแบบการให้บริการหลังการขายให้ตรงกับความต้องการของผู้ทำประกันชีวิตเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
3. ผลของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถใช้ในการคาดคะเนพฤติกรรมของผู้ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่เพศอายุสถานภาพสมรสระดับการศึกษาอาชีพรายได้ ต่อเดือนและจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครองที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. คุณภาพการบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
3. คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 - 39 มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป และส่วนใหญ่จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง จำนวน 2 ฉบับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองที่รวดเร็วและด้านการเข้าถึงลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณภาพการบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครคุณภาพบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ด้านการเข้าถึงลูกค้าความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครคุณภาพบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)ด้านการเข้าถึงลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ด้านทักษะการขายและด้านการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นของประชากรในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ด้านทักษะการขายความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ด้านการให้บริการความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ด้านบุคลิกภาพความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตกรณีศึกษา : บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)”มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายผล ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-39 มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ถือครอง จำนวน 2 ฉบับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประพนธ์โสธสัมพันธ์สุข (2550: บทคัดย่อ) เรื่อง คุณภาพการบริการความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้ำที่ถือกรมธรรม์ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวร์นส์จำกัด : กรณีศึกษาภาคนำทอง 235 ที่พบว่า ผู้ถือกรมธรรม์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 35-44 ปีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนสถานภาพโสดและถือกรมธรรม์ประกันชีวิต 1 ฉบับ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณภาพบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือสูงกว่าด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเด็นบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง และ เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายด้านโรงพยาบาลทั่วประเทศ เนื่องจากธุรกิจประกันชีวิตเป็นสถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือประกันชีวิตจากผู้เอาประกัน มาบริหารจัดการตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง ดังนั้น จึงเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ และบริษัทจะต้องมีความมั่นคง โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้เอาประกันชีวิต ที่ซื้อกรมธรรม์ผ่านบริษัทประกันชีวิต นอกจากนั้น การมีเครือข่ายด้านโรงพยาบาลทั่วประเทศ ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย ซึ่งผู้เอาประกันชีวิตจะสามารถหาโรงพยาบาล กรณีที่เกิดอุบัติเหตุ หรือเข้ามาใช้บริการ เป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อีกทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างเครื่องมือวัดคุณภาพบริการของ Zeithaml (1988: 35-38) ที่กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการที่มาใช้บริการซ้ำ คือ ความเชื่อมั่นต่อบริการ (Reliability) เพราะการบริการนั้นจะต้องถูกต้องแม่นยำเหมาะสมสม่ำเสมอและบริการทุกๆ ครั้งต้องได้ผลดีเช่นเดิมทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นที่พึงได้ และความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) โดยที่ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความสามารถเป็นหลักประกันให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับว่ามีความปลอดภัย และสุภาพน่าเชื่อถือ ความเป็นมิตร ความสะอาด ความประณีตในสายตาของผู้รับบริการ ความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงความมีชื่อเสียง เป็นต้น

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณภาพบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีขั้นตอนการ

เรียกร้องสินไหมสะดวกรวดเร็ว ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในประเด็นนี้น้อยที่สุด หมายความว่า บริษัทฯ ยังคงมีปัญหในขั้นตอนการเรียกร้องสินไหมที่อาจต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาจ่ายสินไหม ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทข้ามชาติ ที่ต้องดำเนินธุรกิจประกันชีวิตภายใต้การควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) แล้ว ยังต้องดำเนินธุรกิจภายใต้หลักกฎหมายและการเงินระหว่างประเทศ ดังนั้น ในการพิจารณาจ่ายสินไหมอาจต้องมีการขอเอกสารเพิ่มเติม หรือต้องมีการสืบหาข้อมูลต่าง ๆ จึงทำให้มีขั้นตอนและรายละเอียดต่าง ๆ ที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณาจ่ายสินไหม ส่งผลถึงการดำเนินงานของตัวแทนประกันชีวิตในการรักษารฐานลูกค้า และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าเดิมเพื่อขยายฐานเบี้ยประกันชีวิต เป็นการเพิ่มระยะเวลาในการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าอย่างไม่จำเป็น อาจสร้างความไม่พึงพอใจในการบริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเชื่อมประสานบริการ (Service Interface Model = SIM) ของ วีรพงษ์ เฉฉิมจิระรัตน์ (2539: 62-63) ที่กล่าวว่า ธุรกิจการให้บริการนั้นมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อให้ก้าวทันกับการแข่งขันที่เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาจุดสัมผัสบริการ (Service Interface Station) ซึ่งหมายถึง จุดสถานที่บริเวณที่ผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ลูกค้าและลูกค้ารับ Moment of Truth (ช่วงเวลาที่มีความจริงปรากฏออกมา, ช่วงเวลาที่มีการสัมผัสกับบริการ) ในขณะที่ทำการส่งมอบบริการ (Service Delivery) ให้มีความรวดเร็ว สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

4. ความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณภาพบริการของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านการเข้าถึงลูกค้า พบว่า ในประเด็นบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารท่านทราบตลอดเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในประเด็นนี้น้อยที่สุด หมายความว่า ในปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่มีช่องทางที่หลากหลายในการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้เอาประกันชีวิต และช่องทางที่มีอยู่ก็ไม่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างชัดเจน ซึ่งปัจจุบันในช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตัวแทนประกันชีวิต จะมีการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้เอาประกันชีวิตในรูปแบบข้อความสั้น (SMS) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งจะจัดส่งเป็นรายไตรมาส และเอกสารประชาสัมพันธ์บริษัทไปพร้อมกับเอกสารใบเตือนต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นรายปี อาจทำให้ผู้เอาประกันชีวิตไม่ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของบริษัท และอาจไม่มีการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตในปีต่อๆ ไปซึ่งถ้าเทียบกับแนวคิดปัจจัยที่ใช้สร้างเครื่องมือวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL หรือ RATER (Zeithaml, 1988: 35-38) พบว่า การสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการที่มาใช้บริการนั้น ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญ (Empathy) โดยเอาใจใส่ในความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีความพร้อม เต็มใจให้บริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร

ต่าง ๆ ให้ผู้รับบริการทราบอย่างสม่ำเสมอ และรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการที่มาใช้บริการ

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลิกภาพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุด สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ที่เน้นส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ให้มีความน่าเชื่อถือ มีน้ำเสียงพูดจาสุภาพเรียบร้อย มีท่าทาง การวางตัวดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย ให้สามารถเป็นเสมือนเพื่อนที่ดีในการขอคำปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ซึ่งบุคลิกภาพที่ดีย่อมนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับแนวคิดของจอห์นแอล ฮอลแลนด์ (John L. Holland. 1997) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพที่สร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้า จะมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าได้ บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยให้พนักงานขายสามารถ “ขายตนเอง” นั่นคือ การสร้างความรู้สึกที่ดีกับลูกค้า ช่วยให้การขายประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ น้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นตัวแทนของบริษัทฯ ไม่สามารถให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่างๆเกี่ยวกับแบบประกันชีวิตอย่างชัดเจนและรวดเร็ว อาจเนื่องจากตัวแทนประกันชีวิตบางท่าน อาจเป็นตัวแทนใหม่หรืออาจยังไม่ได้ผ่านการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับแบบประกันชีวิตที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ไม่สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี ของ พรหมมาศ แสงทอง (2546) ที่กล่าวว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่ดีต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอโดยการออกตลาดสม่ำเสมอ เข้าฟังวิชาการสม่ำเสมอ วิเคราะห์การขายสม่ำเสมอ เพื่อจะได้นำประสบการณ์ และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นมาเป็นบทเรียนในการสร้างความเป็นตัวแทนประกันมืออาชีพต่อไป

7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยเฉพาะในประเด็นเมื่อครบสัญญาประกันชีวิตท่านจะต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าเดิมของบริษัทฯ ผ่านตัวแทนประกันชีวิต โดยให้ตัวแทนประกันชีวิตเตรียมข้อมูลการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต พร้อมเบี้ยประกันชีวิต และข้อเสนอพิเศษสำหรับการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต เข้าพบลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าต่ออายุในปีต่อ ๆ ไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไมตรี เอี่ยมปรีชา (2547: 52-55) ที่กล่าวว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่ดีจะต้องขายและเป็นการขายที่มีคุณภาพสมบูรณ์ต่อลูกค้าที่มีคุณภาพ โดยพิจารณาว่าลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องประกันชีวิตหรือไม่และที่สำคัญต้องมีอำนาจซื้อ ต้องให้บริการลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลายเพราะเมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อเพราะเข้าใจในประโยชน์ของการประกันชีวิตแล้วส่วนหนึ่งเกิดความเชื่อถือ

ไว้วางใจผู้เสนอขายว่าจะได้รับการบริการเมื่อเกิดเหตุตามเงื่อนไขในกรมธรรม์การบริการหลังการขายที่ดีจะนำมาซึ่งการขายตลาดครั้งต่อไป

8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิมก่อนเสมอ ถึงแม้บริษัทประกันชีวิตอื่นๆ จะมีเบี้ยประกันชีวิตถูกกว่า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยราคา หรือเบี้ยประกันชีวิต ปีต่ออายุ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิต ดังนั้น จากการที่ตัวแทนประกันชีวิต นำข้อมูลการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต และข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ ที่ทางบริษัทฯ มอบให้ เข้าพบชี้แจงกับลูกค้า พร้อมอธิบายสาเหตุของการปรับเบี้ยประกันชีวิต เช่น มีการเรียกร้องค่าสินไหมเกินกว่าระดับที่บริษัทฯ กำหนด เป็นต้น จะเป็นการช่วยรักษาลูกค้าต่ออายุในปีต่อไป ได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประพนธ์ โสภสัมพันธ์สุข (2550 : บทคัดย่อ) เรื่อง คุณภาพการบริการความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้าที่ถือกรมธรรม์ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลเอสชัวรันส์จำกัด : กรณีศึกษาภาคหน้าทอง 235 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของ AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

9. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของบริษัทฯ มีการแยกประเภทกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับเพศชายหรือเพศหญิง ดังนั้น การเลือกกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ตรงกับความต้องการของผู้ถือกรมธรรม์ ตัวแทนประกันชีวิตสามารถเลือกได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น เพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

10. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งพบว่า ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่เตรียมตัวเกษียณอายุ หรือกลุ่มลูกค้าที่เกษียณอายุแล้ว ลูกค้ากลุ่มนี้ มักได้รับการดูแลเอาใจใส่จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ มักจะต้องการความคุ้มครองในกรมธรรม์มากกว่ากลุ่มอื่น และส่วนใหญ่เป็นการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำหรือแบบรายปี (Annuity Life Insurance) คือ การประกันชีวิตที่ผู้รับประกัน สัญญาว่าจะจ่ายเงินเป็นรายได้ประจำ หรือบำนาญให้แก่ผู้เอาประกันชั่วระยะเวลาหนึ่งหรือตลอดชีพซึ่งจะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่ากรมธรรม์ประเภทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขต

กรุงเทพมหานครผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางด้านพื้นฐานส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

11. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งพบว่า ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ มากที่สุด เนื่องจากลูกค้ำกลุ่มนี้ตัวแทนประกันชีวิตสามารถนำเสนอความคุ้มครองกรมธรรม์ประกันชีวิตที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ราคาไม่สูง และความคุ้มครองในบางข้อที่สามารถตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของลูกค้ำกลุ่มนี้ จึงทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย จึงมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น ระดับการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

12. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งพบว่า ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความพึงพอใจตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด ซึ่งลูกค้ำกลุ่มนี้มักจะเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีทุนประกันและสงเบี่ยประกันเป็นรายเดือนด้วยเงินไม่สูงมาก จึงไม่ได้คาดหวังการบริการที่สูงมากจนเกินความสามารถที่ตัวแทนจะให้บริการได้ และการได้พบเจอตัวแทนบ่อยครั้งจึงเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ที่ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม เช่น ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

13. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งพบว่า ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่ถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิต 3 ฉบับขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ มากที่สุด ลูกค้ำกลุ่มนี้มักจะเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่มีทุนประกันไม่สูงมาก สงเบี่ยประกันชีวิตเป็นรายเดือนด้วยจำนวนเงินที่ไม่สูงมาก จึงไม่ได้คาดหวังการบริการที่สูงมากจนเกินความสามารถที่ตัวแทนจะให้บริการได้ และยังได้พบเจอตัวแทนประกันชีวิตบ่อยครั้งจากการนำกรมธรรม์ประกันชีวิตไปสง จึงเกิดความเชื่อถือไว้วางใจตัวแทนประกันชีวิตที่ดูแล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธรรมรัช สมปอง (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้

ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

14. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของบริษัทฯ ด้านความเชื่อถือได้กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ซึ่งตรงกับนโยบายของบริษัทฯ ที่เน้นสร้างตัวแทนประกันชีวิตที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งตัวแทนประกันชีวิต เปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัทหรือพนักงานของบริษัทคนหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ในการเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามนโยบายของบริษัท สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี ของ พรหมมาศ แสงทอง (2546) ที่กล่าวว่า ตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งต่อลูกค้า และต่อบริษัท ในด้านลูกค้านั้นตัวแทนประกันชีวิตต้องเสนอกรมธรรม์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับลูกค้าทั้งในด้านประเภทของกรมธรรม์และวงเงินที่เหมาะสม ส่วนในด้านบริษัทต้องไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตัวจนทำให้ทำผิดนโยบายของบริษัท เช่น การลดส่วนลดค่าเบี้ยประกันชีวิตให้ลูกค้าเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าทำประกัน เป็นต้น

15. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งพบว่า คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ด้านลักษณะเชิงกายภาพ มีระดับความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด ซึ่งจากนโยบายบริษัท เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการตัวแทนประกันชีวิตที่เน้นการส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ในด้านลักษณะเชิงกายภาพ เช่น แต่งกายสะอาด การแต่งกายที่เหมาะสมมีรสนิยม และถูกกาลเทศะ เป็นเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตัวแทนประกันชีวิตให้มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับการศึกษาของประพนธ์ โสภสัมพันธุ์สุข (2550: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพการบริการความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้าที่ถือกรมธรรม์ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์จำกัด : กรณีศึกษาภาคหน้าทอง 235 ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเรื่องคุณภาพการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของ AIA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย ดังนี้

1. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต โดยเน้นผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับเพศหญิงอายุระหว่าง 30-39 ที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยนำเสนอขายผ่านช่องทางตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ และควรนำเสนอโดยแยกเป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตหลัก และกรมธรรม์ประกันชีวิตเสริมเพิ่มความคุ้มครองต่าง ๆ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-39 และมีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ถือครอง จำนวน 2 ฉบับ

2. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มเครือข่ายด้านโรงพยาบาลให้มีความครอบคลุมทั่วประเทศ ควรเพิ่มบริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยหากผู้เอาประกันจำเป็นต้องการการรักษาในสถานพยาบาลที่มีอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยกว่า หรือบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง กรณีผู้เอาประกันประสบอุบัติเหตุทั้งในและต่างประเทศ พร้อมช่วยประสานงานสถานพยาบาลใกล้เคียงให้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายด้านโรงพยาบาลช่วยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

3. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ โดยเน้นด้านความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใสในการบริหารงาน และความมั่นคงของบริษัทฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในฐานะสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงจากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความมั่นคงของบริษัทช่วยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

4. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรปรับเปลี่ยนขั้นตอนกระบวนการเรียกร้องสินไหมให้มีความกระชับ รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วของผู้เอาประกัน อาจเพื่อช่องทางในการเรียกร้องสินไหม เช่น ระบบการเรียกร้องสินไหม On-line ผ่าน Application ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เอาประกันสามารถติดตามความคืบหน้าของกระบวนการเรียกร้องสินไหม ทั้งนี้ จะต้องขึ้นอยู่กับข้อกฎหมายและความคุ้มครองตามหน้าตารางกรมธรรม์ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า บริษัทฯ ยังคงมีปัญหาในขั้นตอนการเรียกร้องสินไหมที่อาจต้องใช้เวลาในการพิจารณาจ่ายสินไหม

5. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มช่องทางและความถี่ในการติดต่อสื่อสารกับผู้เอาประกัน เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เพื่อแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันชีวิต แจ้งเตือนต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต แจ้งเตือนขั้นตอนการพิจารณาการรับประกัน เป็นต้น และควรเพิ่มหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อดูแลรับผิดชอบความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า บริษัทฯ ยังไม่มีช่องทางที่หลากหลายในการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้เอาประกันชีวิต และช่องทางที่มีอยู่ก็ไม่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอ

6. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรพัฒนาคุณสมบัติตัวแทนประกันชีวิต ด้านลักษณะเชิงกายภาพ โดยบริษัทฯ ควรพัฒนาให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในเชิงกายภาพกับตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากตัวแทนประกันชีวิต เปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัท นอกจากนั้นตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงตนเองให้สามารถวางตัว หรือเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย รู้จักแต่งกายให้เหมาะสม ถูกกาลเทศะ และฝึกฝนตนเองให้มีความมั่นคงทางอารมณ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ทุกคนที่พบเห็น ให้การขายเกิดได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลิกภาพ ด้วยระดับความคิดเห็นสูงที่สุด

7. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรพัฒนาคุณสมบัติตัวแทนประกันชีวิต ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทฯ ควรจัดอบรมให้ความรู้และฝึกฝนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตรูปแบบต่างๆ แก่ตัวแทนอย่างจริงจัง ให้สามารถอธิบายความคุ้มครองของกรมธรรม์ ให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์อย่างชัดเจน สามารถแสดงข้อมูลประกอบการขายเพื่อโน้มน้าวชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตได้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์ ด้วยระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

8. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรจัดเตรียมข้อมูลการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต พร้อมเบี้ยประกันชีวิต และข้อเสนอพิเศษสำหรับการต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิต พร้อมอธิบายสาเหตุของการปรับเบี้ยประกันชีวิต เช่น มีการเรียกร้องค่าสินไหมเกินกว่าระดับที่บริษัทฯ กำหนด เป็นต้น เพื่อให้ตัวแทนใช้สำหรับเข้าพบลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าต่ออายุในปีต่อ ๆ ไป เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า เมื่อครบสัญญาประกันชีวิตผู้เอาประกันชีวิตจะต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิมก่อนเสมอ ถึงแม้บริษัทประกันชีวิตอื่นๆ จะมีเบี้ยประกันชีวิตถูกกว่า

9. บริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตโดยให้มีความสอดคล้องกับเพศของผู้เอาประกันชีวิต หรือคุ้มครองโรคที่เกิดเฉพาะเพศ เช่น กรมธรรม์ประกันชีวิตสำหรับเพศหญิง อาจเพิ่มความคุ้มครองมะเร็งเต้านม มะเร็งปากมดลูก หรือสำหรับเพศชาย อาจเพิ่มความคุ้มครองมะเร็งอัณฑะ เป็นต้น เนื่องจากผลการศึกษาทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ ไม่แตกต่างกัน

10. บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรจัดกิจกรรมพิเศษหรือผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ผ่านช่องทางตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้ากลุ่มนี้มีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มากที่สุด โดยเน้นผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตประเภทเงินออม หรือแบบมีเงินได้ประจำ ที่เหมาะกับผู้ที่ต้องการมีรายได้ประจำหลังเกษียณอายุ

11. บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ ที่มีการส่งเสริมประกันชีวิตไม่สูงมาก แต่เน้นการชำระอย่างสม่ำเสมอ มีคุ้มครองพื้นฐาน และอาจเพิ่มความคุ้มครองเฉพาะโรคร้าย หรือความคุ้มครองที่ผู้เอาประกันชีวิตสามารถเลือกซื้อเพิ่มเติมได้ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ ที่ให้ผู้เอาประกันชีวิตสามารถเลือกชำระเบี้ยประกันชีวิตเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาและตามรายได้ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความพึงพอใจตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด

12. บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ควรขยายฐานเบี้ยประกันชีวิตจากผู้เอาประกันชีวิตเดิม อาจให้ตัวแทนประกันชีวิตนำเสนอกรมธรรม์ประกันชีวิตเสริมที่ผู้เอาประกันชีวิตสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมได้ หรือให้ตัวแทนประกันชีวิตนำเสนอกรมธรรม์ประกันชีวิตควบคู่การลงทุน หรือประกันชีวิตแบบยูนิต ลิงค์ (Unit Linked) เป็นต้น เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่ถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิต 3 ฉบับขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตฯ มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยอาจมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารบริษัทโตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ทราบแนวทาง นโยบายในการบริหารจัดการตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของตัวแทนประกันชีวิต ให้สามารถแข่งขันได้ในธุรกิจประกันชีวิต

2. ควรศึกษารูปแบบการทำประกันชีวิต โดยระบุผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการวางแผนการบริการจัดการตัวแทนประกันชีวิต เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับลูกค้า

3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากเขตกรุงเทพฯ เช่น ต่างจังหวัดอื่นตามภูมิภาค เพื่อจะเป็นข้อมูลทางการตลาดในการกำหนดทิศทางการทำงานและนโยบายทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ พิมพ์ครั้งที่ 5*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ซีเค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูเกียรติ ประมูลผล. (2530). *การประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอุตสาหกรรมกรรมการบริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชัยวัฒน์ โฆษกทรัพย์พิมพ์. (2540). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิต ในอำเภอเมือง เชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงกมล กรมาทิตยสุข. (2550). *อิทธิพลของภาพลักษณ์ และคุณภาพการให้บริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธรรมรัช สมปอง. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในเขต กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2338). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุริยาสัน.
- ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2544, มกราคม-มิถุนายน). *คุณภาพการบริการ*. วารสารวิทยาการจัดการ. 1(1): 58-65.
- ประพนธ์ โสภสัมพันธุ์สุข. (2550). *คุณภาพการบริการ การความพึงพอใจโดยรวม และพฤติกรรมของลูกค้าที่ถือกรมธรรม์ ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสซัวรันส์จำกัด : กรณีศึกษาภาคนำทอง 235*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ: การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ผู้เลือกบนเส้นทางประกันชีวิต. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2555, จาก www.okanation.net/bolg
- พรหมมาศ แสงทอง. (2546). *ตัวแทนประกันชีวิตพันธุ์ใหม่ พิชิตใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ศักดิโสภณการพิมพ์.
- ไพโรจน์ ฤทธิ์ล้ำเลิศ. (2546). *ภาพลักษณ์ บริการ และการโฆษณา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (ม.ป.ป.). *ECON Analysis Business Brief*. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2555, จาก www.kasikornresearch.com

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2537). เอกสารการสอนชุดวิชาการประกันชีวิต ประจำปี 2537. นนทบุรี: ม.ป.พ.
- ไมตรี เอี่ยมปรีชา. (2547). ทศนคติต่อการเป็นตัวแทนประกันชีวิตของประชาชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัฐวัลย์ เจตนาภวัฒน์. (2549). ความคิดเห็นของคนในกรุงเทพมหานครต่อภาพลักษณ์นักธุรกิจ แอมเวย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุชา จันท์เอม; และสุรางค์ จันท์เอม. (2528). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- สุนิสา ประวิชัย. (2545). BU Academic Review. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- สุธรรม พงศ์สำราญ; วิรัช ณ สงขลา; และ พิงใจ พิงพานิช. (2528). หลักการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. (2543). ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยใน ทศนคติของชาวกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). รายชื่อบริษัท ที่ตั้ง. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.oic.or.th/th/search/companies.php>
- พระราชบัญญัติประกันชีวิต. (2535). สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2555, จาก www.thailandlawyercenter.com
- สมาคมประกันชีวิตไทย.แบบประกันชีวิต. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2555, จาก www.tlaa.org
- หลวงวิเชียร แพทยาคม. (2509). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Best, J.W. (1997). *Research in education*. 3rd ed. Englewood cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Edward L., Berneys. (1961). *Your Future in Public Relation*. New York: Richard Rosen Press.
- Frank Jefkins. (1967). *Planned Press and Public Relation*. London: International Textbook.
- Harance, B. (1967). *English and AVC.C. English*. A comprehensive dictionary of
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ltd. Psychological and Psychoanalytical Term. New York: Princeton.
- MLM ขายตรง การตลาดมืออาชีพ. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2555 จาก <http://hot-mlm.blogspot>
- Remmer, H.H. (1954). *Introduction to Opinion and Attitude*. New York: Harper and Brothers Publisher.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



เลขที่

--	--	--



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อการประกอบการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อตามความเป็นจริงของตัวท่านเอง ทั้งนี้จะไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบ โดยผู้วิจัยจะเก็บคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ และนำมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงสถิติในภาพรวมเท่านั้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้วิจัย

นายทวีพัฒน์ ภูทอง

คำชี้แจง : แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านคุณภาพบริษัทตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำนวน 9 ข้อ
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำนวน 18 ข้อ
- ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1.1 () ชาย

1.2 () หญิง

2. อายุ

2.1 () 20-29 ปี

2.2 () 30 – 39 ปี

2.3 () 40 – 49 ปี

2.4 () 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

3.1 () ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.2 () ปริญญาตรี

3.3 () สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

4.1 () โสด

4.2 () สมรส

4.3 () อื่นๆ

5. อาชีพ

5.1 () พนักงานบริษัทเอกชน

5.2 () รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

5.3 () ธุรกิจส่วนตัว

5.4 () อื่นๆโปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6.1 () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

6.2 () 15,001 – 25,000 บาท

6.3 () 25,001 – 35,000 บาท

6.4 () 35,001บาทขึ้นไป

7.จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง

7.1 () 1 ฉบับ

7.2 () 2 ฉบับ

7.3 () 3 ฉบับขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านคุณภาพบริษัทตัวแทนประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อมูลด้านคุณภาพบริษัท ตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง					
2. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายด้าน โรงพยาบาลทั่วประเทศ					
3. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำ					
ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว					
4. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการ จ่ายสินไหมทดแทน					
5. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีความรวดเร็วในการ ติดต่อกลับระหว่างบริษัทกับลูกค้า					
6. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีขั้นตอนการ เรียกร้องสินไหมสะดวกรวดเร็ว					
ด้านการเข้าถึงลูกค้า					
7. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่นำเสนอข้อมูล ข่าวสารท่านทราบตลอดเวลา					
8. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่ติดตามและดูแล ผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด					
9. บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีการแจ้งผลการจ่าย สินไหมทดแทนให้ท่านทราบอย่างถูกต้องและ สามารถตรวจสอบได้					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อมูลด้านคุณสมบัติของ ตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์					
1. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ					
2. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับท่านได้					
3. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถให้คำปรึกษาทางด้านประกันชีวิตหากมีการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์					
4. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันชีวิตอย่างชัดเจนและรวดเร็ว					
ด้านทักษะการขาย					
5. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถโน้มน้าวชักจูงท่านให้เกิดความมั่นใจในการทำประกันชีวิต					
6. ตัวแทนของบริษัทฯ ให้เกียรติและมีมิตรภาพที่ดีกับท่านเสมอ					
7. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียความคุ้มครองแบบประกัน					
8. ตัวแทนของบริษัทฯ มีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดี เช่น การมอบของขวัญ					
ด้านการให้บริการ					
9. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความพร้อมที่จะให้บริการท่านอยู่เสมอ					
10. ตัวแทนของบริษัทฯ ช่วยเหลือและให้บริการอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ					
11. ตัวแทนของบริษัทฯ เป็นผู้ที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ					

ข้อมูลด้านคุณสมบัติของ ตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านบุคลิกภาพ					
12. ตัวแทนของบริษัทฯ เป็นบุคคลที่มี รูปร่างหน้าตาดี					
13. ตัวแทนของบริษัทฯ มีน้ำเสียงพูด สุภาพเรียบร้อย					
14. ตัวแทนของบริษัทฯ แต่งกายสะอาด และไม่มีกลิ่นกาย					
15. ตัวแทนของบริษัทฯ สามารถเป็นเพื่อน ที่ดีในการขอคำปรึกษาด้านประกันชีวิต					
16. ตัวแทนของบริษัทฯ ทำทาง การวางตัว ดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย					
17. ตัวแทนของบริษัทฯ มีความ กระตือรือร้น ตรงต่อเวลา					
18. ตัวแทนของบริษัทฯ มีการแต่งกายที่ดี เหมาะสมมีรสนิยม และถูกกาลเทศะ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
1. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนของบริษัทฯ					
2. ถ้ามีกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบใหม่ ท่านจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม					
3. เมื่อครบสัญญาประกันชีวิต ท่านจะต่ออายุกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิม					
4. ท่านจะใช้บริการผ่านตัวแทนประกันชีวิตเดิมก่อนเสมอ ถึงแม้บริษัทประกันชีวิตอื่นๆ จะมีเบี้ยประกันชีวิตถูกกว่า					

ขอขอบคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย
ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/20๓1

วันที่ ๒๔ เมษายน 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นายทวีวัฒน์ ภูทอง นิสิตรดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา : บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน” โดยมี อาจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อาชรุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน และ อาจารย์สิฐธากร ชูทรัพย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายทวีวัฒน์ ภูทอง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัทพ์ 081-007-2799

ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ

1. อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน
2. อาจารย์ สิทธิฐานกร ชูทรัพย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

อาจารย์ประจำคณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ประจำคณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นาย ทวีพัฒน์ ภูทอง
วันเดือนปีเกิด	2 พฤศจิกายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	38/10 หมู่ 9 ซอยทวีวัฒนา-กาญจนาภิเษก 15 แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	หัวหน้าแผนกการตลาด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บมจ. สมโพธิ์ เจแปน นิปปอนโคอะ ประกันภัย (ประเทศไทย) 990 อับดุลราฮิมเพลซ ชั้น12 ถนนพระราม4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย
พ.ศ. 2547	วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาคณิตศาสตร์ประยุกต์ จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2558	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ