

368.3

ท36โรค

ธ.3

ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ปริณยานันท์

ของ

ทัศนีย์ ศรีกัลยา

23 ส.ค. 2539

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

พฤษภาคม 2538

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

196112

ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต

บทคัดย่อ

ของ

ทัศนีย์ ศรีภักธยา

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

พฤษภาคม 2538

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนสาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต และเหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การคำนวณหาร้อยละของความคิดเห็น

ผลการวิจัย พบว่า :-

1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต โดยส่วนใหญ่ คิดว่าตัวแทนขายประกันชีวิตเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น และทำเป็นงานอดิเรกขายแล้วจึงมีเวลาไม่มาบริการหลังการขาย

สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยส่วนใหญ่ คือไม่มีเงินเหลือพอจ่ายเบี้ยประกันชีวิต

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทน ส่วนใหญ่คิดว่าตัวแทนทำเป็นงานอดิเรก จึงไม่มีเวลามารับบริการหลังการขาย

เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ คือต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

THE OPINIONS OF BANGKOK CONSUMERS ON TAKING LIFE INSURANCE

AN ABSTRACT

BY

TASSANEE SRIKALAYA

**Presented in partial fulfillment of requirements for the
Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University**

May 1995

The objectives of this research were to study the opinions of consumers in Bangkok on taking life insurance, agents, the reasons why consumers take life insurance and what was the motive reasons to take it by grouping in 2 groups : non life insurance consumers and life insurance consumers in Bangkok.

The samples of this study were 320 non life insurance consumers and 158 life insurance consumers in Bangkok. The instruments to obtain the data was a checklist questionnaire of the opinions on taking life insurance from consumers. The data analysis was percentile testing.

The results of this study revealed that :

1. Most opinion of non life insurance consumers in Bangkok on taking life insurance was to create firmness to themselves and their families.

Most opinion concerning agents was they did the job like a hobby to make sale commission only, poor after sale services.

Most reason that they did not take life insurance was they did not have enough money to pay the insurance premium.

2. Most opinion of life insurance consumers in Bangkok on taking life insurance was to create the firmness to themselves and assure their families.

Most opinion concerning agents was they did the job like a hobby, poor after sale services.

The major motive reason to make decision to take life insurance was to create firmness to themselves and assure their families.

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาปริญญานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชา
เอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

คณะกรรมการควบคุม

.....ประธาน

(รศ.ปรีชา ลิ้มไทย)

.....กรรมการ

(อ.เจริญ โชชัย)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(รศ.ปรีชา ลิ้มไทย)

.....กรรมการ

(อ.เจริญ โชชัย)

.....กรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม

(รศ.ชูศรี วงศ์รัตนะ)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.ศิริภา พูลสุวรรณ)

วันที่ 11...เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2538

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ โดยได้รับความอนุเคราะห์ จาก รองศาสตราจารย์ปรีชา ลิ้มโทส ท่านอาจารย์เจริญ โชไชย ประธาน และ กรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรีक्षा ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ตลอดจนนั้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ชาญวิทย์ เทียมบุญประเสริฐ คุณพิชา สิริโยธิน และ คุณสาเกต ตั้งวงศ์ถาวรกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ทำการตรวจแก้ไขแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ ที่กรุณาว่าเป็นกรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่กองสถิติ กองประกันชีวิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ให้ความร่วมมือเกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณพ่อ คุณแม่ น้อง ตลอดจนเพื่อน ๆ และ คุณณรงค์ศักดิ์ ลิ้มปรีชชาติพร ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นกำลังใจสนับสนุนให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วง

คุณประโยชน์ที่พึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ และครูอาจารย์ทุกท่าน

ทัศนีย์ ศรีกัลยา

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต.....	7
ประวัติของการประกันชีวิต.....	7
ความหมายของการประกันชีวิต.....	12
ประโยชน์ของการประกันชีวิต.....	13
การเลือกและจัดประเภทของภัย.....	17
แหล่งที่มาเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในตัวผู้เอาประกัน.....	19
วิธีแบ่งประเภทของภัย.....	20
หลักและทฤษฎีการประกันชีวิต.....	21
รูปแบบของผู้รับประกันชีวิต.....	22
ชนิด ประเภท แบบของการประกันชีวิต.....	24
เบี้ยประกันชีวิต.....	29
เงินสำรองประกันชีวิต.....	29
มูลค่าเวนคืนเงินสด.....	30
วิธีการจัดจำหน่าย.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต.....	32

3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	37
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	38
	ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
5	สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	101
	สรุปผลการวิจัย.....	105
	อภิปรายผล.....	106
	ข้อเสนอแนะ.....	108
	บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก		
	ภาคผนวก (ก) ความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติประกันชีวิต.....	114
	ภาคผนวก (ข) แบบสอบถาม.....	132
	ภาคผนวก (ค) ตารางขนาดตัวอย่าง.....	147
	ประวัติของผู้วิจัย.....	148

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับสภาพส่วนตัวของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำ ประกันชีวิต และผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต.....	43
2	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ที่มีต่อการทำประกันชีวิต.....	46
3	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกัน ชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต.....	48
4	แสดงจำนวนและร้อยละของการติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต.....	49
5	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง.....	50
6	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน.....	51
7	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกัน ชีวิตที่ต่อบริษัทประกันชีวิต.....	52
8	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการออมทรัพย์นอกจาก การฝากธนาคารของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต.....	53
9	แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกัน ชีวิตคิดว่าเลือกทำประกันชีวิตด้วย.....	54
10	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท ประกันตามตาราง 9.....	55
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตาม ความคิดเห็นกรณีหากกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต	56
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตาม ความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิต	57

13	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนขายประกันชีวิต.....	58
14	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต.....	60
15	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต.....	62
16	แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต.....	63
17	แสดงจำนวนและร้อยละประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต.....	64
18	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับสภาพส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำแนกตามเพศ.....	65
19	แสดงจำนวนและร้อยละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต.....	66
20	แสดงจำนวนและร้อยละวิธีการติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต.....	67
21	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน.....	68
22	แสดงจำนวนและร้อยละความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตกับตัวแทนที่มาเสนอขาย.....	69
23	แสดงจำนวนและร้อยละความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แนะนำตัวแทนมาขายประกันชีวิตให้กับผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิต.....	70
24	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ตัวแทนมาติดต่อกับผู้บริโภคก่อนตัดสินใจทำประกันชีวิต.....	71
25	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต.....	72

26	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ผู้บริโภคมัดสินใจทำประกันชีวิต.....	73
27	แสดงจำนวนและร้อยละสภาพกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิต.....	74
28	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตยกเลิกการทำประกันชีวิต.....	75
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวนตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อกรมประกันชีวิตเพิ่ม.....	76
30	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตคิดจะทำประกันชีวิตเพิ่ม.....	77
31	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตไม่คิดจะทำประกันชีวิตเพิ่ม.....	78
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวนตามความคิดเห็นที่มีต่อกรณีหากกำหนดให้ทุกคนทำประกันชีวิต.....	79
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวนตามความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิต.....	80
34	แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนขายประกันชีวิต.....	81
35	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค.....	82
36	แสดงจำนวนและร้อยละข้อแนะนำเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต.....	83
37	แสดงจำนวนและร้อยละข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริการที่ผู้บริโภคมองว่าได้รับจากตัวแทน.....	84
38	สรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต.....	86

ตาราง	หน้า	
39	สรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต	88
40	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ทำประกันชีวิตต้องการให้มีการปรับปรุง.....	91
41	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตต้องการให้มีการปรับปรุง.....	95

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การประกันชีวิตเป็นผลสืบเนื่องมาจากความสำคัญของการสร้างความมั่นคงของคนในสังคมซึ่งมีพัฒนาการ จากการเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการร่วมทุกข์ร่วมสุข และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในปัจจุบันการประกันชีวิตเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก คนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจและนิยมทำประกันชีวิตมากขึ้นและ นับวันจะมีแนวโน้มมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจประกันชีวิตเริ่มมีบทบาทอย่างจริงจังในประเทศไทย เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งในขณะนั้น มีบริษัทประกันชีวิตที่ดำเนินงานโดยคนไทยและต่างชาติรวมทั้งสิ้น 11 บริษัท การดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในช่วงแรก ๆ ยังขาดการควบคุมที่รัดกุมจากรัฐบาล การดำเนินงานเป็นไปอย่างลุ่ม ๆ ดอน ๆ ไม่มีความมั่นคง บางบริษัทก็ต้องปิดกิจการไปในที่สุด ซึ่งก็ส่งผลให้ผู้เอาประกันชีวิตในขณะนั้น ได้รับความเสียหาย

ต่อมารัฐบาลจึงได้มีการตราพระราชบัญญัติประกันชีวิตขึ้น ในปี 2510 ใช้บังคับกิจการประกันชีวิตในประเทศไทย เพื่อให้บริษัทประกันชีวิต ปฏิบัติต่อผู้เอาประกันอย่างมีความรับผิดชอบและอยู่ในกรอบของกฎหมาย ซึ่งทำให้บริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นในสายตาของคนทั่วไป และส่งผลให้คนส่วนใหญ่หันมาทำประกันชีวิตมากขึ้น แต่อัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ดังจะเห็นได้จากจำนวนประชาชนที่ทำประกันชีวิตต่อประชาชนทั้งหมดในปี พ.ศ. 2525 - 2528 โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3.6 (รายงานธุรกิจประกันภัย. 2528) และ ในปี พ.ศ. 2536 สำนักงานประกันภัยรายงานว่ามีผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิต ประมาณร้อยละ 5 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ (รายงานธุรกิจประกันภัย. 2535) จากตัวเลขจะเห็นได้ว่ามีผู้บริโภคอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ทำประกันชีวิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจประกันชีวิตสามารถขยายตลาดออกไปได้อีกอย่างกว้างขวาง

ธุรกิจประกันชีวิต เป็นการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่มีตัวตน มองไม่เห็น ตัวสินค้าของบริษัทประกันชีวิต คือ "กรมธรรม์ประกันชีวิต" ซึ่งเป็นเอกสารที่แสดงข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ ของสัญญาประกันภัยระหว่างผู้เอาประกันภัยกับผู้รับประกัน การขายจะต้องมีการอธิบายให้ลูกค้าเกิดความรู้ความเข้าใจ เห็นคุณค่าและผลประโยชน์ที่จะได้รับจึงตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภครับกับบริษัทประกันชีวิต โดยส่วนใหญ่จะผ่านตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทประกันชีวิตให้ทำหน้าที่ออกไปพบกับลูกค้า หรือผู้บริโภค เพื่อชี้แจงให้ผู้บริโภคเข้าใจ และเห็นผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิต จนเกิดความสนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ตัวแทนยังมีหน้าที่ให้บริการต่างๆ หลังการขายแก่ลูกค้าตามสิทธิเงื่อนไขและผลประโยชน์ตามสัญญาในกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ลูกค้าควรจะได้รับ นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตยังต้องระมัดระวังในเรื่องการติดต่อกับลูกค้าในทางที่จะไม่ให้เกิดความเสียหาย หรือภาพพจน์ที่ไม่ดีมาสู่บริษัทประกันชีวิตด้วย ดังนั้น จะเห็นว่าตัวแทนประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทประกันกับผู้บริโภคทั้งที่เคยทำประกันชีวิตและผู้ที่ยังไม่ทำประกันชีวิต ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของการประกันชีวิตได้เป็นอย่างดีอีกด้วย เพราะฉะนั้นถ้าตัวแทนประกันชีวิต ขาดความรู้ความสามารถ และความเข้าใจที่ดีแล้วย่อมส่งผลเสียให้แก่บริษัทประกันชีวิตได้เช่นกัน

จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทประกันชีวิต ยังต้องใช้ระบบตัวแทนประกันชีวิตเป็นตัวกลางระหว่างบริษัทกับผู้บริโภค ซึ่งทำให้มองเห็นประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นได้ 2 ประการคือ

1. ปัญหาเกี่ยวกับตัวบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตเป็นไปอย่างช้า ๆ เนื่องมาจากบริษัทประกันชีวิตยังขาดข้อมูลด้านความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินงานทางการตลาด ของบริษัทประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ

2. ปัญหาเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และมองไม่เห็นความจำเป็นของการทำประกันชีวิต- จนถึงขนาดที่จะเดินเข้าไปซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในบริษัทประกัน เหมือนกับสินค้าอื่น ๆ ผู้บริโภคยังต้องรอให้มีตัวแทนขายประกันชีวิตเข้ามาชักชวนให้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ซึ่งปัญหาดังกล่าวนับว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ในการที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิตว่า มีเหตุจูงใจอะไรบ้าง ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ และ สาเหตุอะไรบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคยังไม่คิดจะทำประกันชีวิต ตลอดจนทราบถึงข้อเสนอแนะของ ผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต เพื่อให้ได้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค สำหรับใช้ ประกอบการตัดสินใจทำประกันชีวิต และยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับการ ประกันชีวิต ในการช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลทำประกันชีวิตมากยิ่งขึ้นซึ่งก็จะส่งผลเป็นดี ต่อประเทศอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ที่มีต่อการทำ ประกันชีวิต และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนศึกษาสาเหตุที่ ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต
2. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกัน ชีวิต และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนศึกษาเหตุจูงใจที่ สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. ช่วยให้เราทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำ ประกันชีวิต และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนสาเหตุที่ผู้บริโภค ยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต
2. ช่วยให้เราทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ที่มีต่อการทำ ประกันชีวิต และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนเหตุจูงใจที่สำคัญ ในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ หรือต้องการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ในเรื่อง ที่ เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ทำประกันชีวิต โดยจะทำการสำรวจจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุระหว่าง 16-65 ปี มีจำนวนผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 2,493,896 ราย (รายงานสถิติ จำนวนประชากรรายจังหวัด กระทรวงมหาดไทย ปี 2536)

กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,143,715 ราย ซึ่งในที่นี้ไม่อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ (รายงานธุรกิจประกันภัย. 2536 : ฝ่ายสถิติ กรมประกันภัย) ดังมีรายชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ดังนี้.-

1. บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด
2. บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
3. บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด
4. บริษัทไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด
๕. บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
6. บริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด
7. บริษัทไทยประสิทธิ์ประกันชีวิต จำกัด
8. บริษัทอาคเนย์ประกันภัย จำกัด
9. บริษัทอินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด
10. บริษัทสยามประกันชีวิต จำกัด
11. บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันชีวิต จำกัด
12. บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษารังนี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ทำประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยเลือกตัวอย่างจากทุกเขตจำนวน ~~353~~²⁰³ ตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 91)

กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยเลือกตัวอย่างจำนวน 157 ตัวอย่าง โดยขอรายชื่อผู้ที่ทำประกันชีวิตที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจากบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย 12 บริษัท โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการของฮามาเน่ ตามตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 296)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษารังนี้

ตัวแปรตาม ได้แก่

- ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. การประกันชีวิต หมายถึง วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันขึ้นเพื่อช่วยกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องมาจากการตาย และรวมไปถึงการสูญเสียอวัยวะ พิการ (ทุพพลภาพ) ค่ารักษาพยาบาล และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องพบกับภัยเหล่านี้ ก็จะได้รับเงินชดเชยจำนวนหนึ่งเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเอง และครอบครัว โดยมีบริษัทประกันชีวิตเป็นตัวกลาง ทำหน้าที่นำเงินชดเชยดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ที่ได้รับภัย

2. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลโดยทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในที่นี้จะแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ซึ่งรวมไปถึงผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้วยกเลิกกรมธรรม์ และไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการประกันประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ

3. ตัวแทนประกันชีวิต หมายถึง คนกลาง หรือผู้ที่บริษัทประกันชีวิต มอบหมายให้กระทำการชักชวน ให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท ภายในขอบเขตที่กำหนดให้ และทำหน้าที่รับเบี้ยประกันในนามบริษัทประกันชีวิต ซึ่งตัวแทนประกันชีวิตจะต้องรักษาให้ดีและนำส่งบริษัทประกันโดยไม่ชักช้า ภายในระยะเวลาอันสมควร

4. กรมธรรม์ประกันชีวิต หมายถึง หนังสือสัญญาระหว่างบริษัทประกันชีวิต กับผู้เอาประกัน ซึ่งระบุเงื่อนไขความรับผิดชอบต่าง ๆ ที่บริษัทประกันชีวิตมีต่อผู้เอาประกัน

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต ดังมีรายละเอียดต่าง ๆ ต่อไปนี้.-

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

- 1.1 ประวัติของการประกันชีวิต
- 1.2 ความหมายของการประกันชีวิต
- 1.3 ประโยชน์ของการประกันชีวิต
- 1.4 การเลือกและจัดประเภทของภัย
- 1.5 แหล่งที่มาเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในตัวผู้เอาประกัน
- 1.6 วิธีแบ่งประเภทของภัย
- 1.7 หลักและทฤษฎีการประกันชีวิต
- 1.8 รูปแบบของผู้รับประกันชีวิต
- 1.9 ชนิด ประเภท แบบของการประกันชีวิต
- 1.10 เบี้ยประกันชีวิต
- 1.11 เงินสำรองประกันชีวิต
- 1.12 มูลค่าเงินสด
- 1.13 วิธีการจัดจำหน่าย

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

1.1 ประวัติของการประกันชีวิต

1.1.1 วิวัฒนาการของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตนี้เริ่มมีขึ้นเมื่อใดนั้นไม่มีใครทราบแน่นอนว่าเริ่มมีเมื่อใด แต่ประเทศกรีซ ซึ่งมีคณนับถือศาสนาแยกออกเป็นหลายนิกาย และได้มีบุคคลกลุ่มหนึ่ง ที่นับถือศาสนา

นิยามเดียวกัน ได้จัดตั้งสมาคมขึ้นโดยมีการเก็บเงินจากสมาชิกเป็นรายเดือน ทั้งกำหนดว่า ถ้าสมาชิกคนใดถึงแก่กรรม ทางสมาคมก็จะจัดการทำศพให้เป็นที่เรียบร้อย แต่ถ้าสมาชิกผู้ใด ละเลยการจ่ายเงินค่าสมาชิก (เก็บเป็นรายเดือน) สมาคมก็จะการลงโทษ โดยสมาคมไม่ คำนึงการจัดทำศพให้

ต่อมาในสมัยโรมันมีความคิดเห็นที่จะพัฒนาปรับปรุงสมาคมให้ดีกว่าเดิม จึงได้รับบุคคล ทั่ว ๆ ไปไปเข้าเป็นสมาชิก เว้นแต่ผู้ที่มิอาจชีพเป็นทหาร แต่จะสงเคราะห์ความทุกข์ยากอื่น ๆ ให้ เช่น ความชรา กุพพลภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายไปรับตำแหน่งหน้าที่การงานอื่น

การประกันชีวิตในระบบของการเฉลี่ย ความเสี่ยงภัยในการสูญเสีย ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงการประกันชีวิตที่แท้จริงนั้น เริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 300 ปีเศษที่แล้ว สมัยนั้นการเดินทาง ติดต่อดำชารระหว่างประเทศกระทำโดยการใช้เรือเป็นพาหนะ การเดินทางในครั้งหนึ่ง ๆ ใช้เวลาแรมเดือน หรือบางครั้งแรมปี จึงถือได้ว่าเป็นการเสี่ยงทั้งชีวิตและทรัพย์สิน มีโอกาส ที่จะประสบภัยอันอันตรายในมหาสมุทรอันกว้างใหญ่เมื่อเรือต้องอัปปาง ผู้โดยสาร และพนักงาน ในเรือ อาจจมนทะเลถึงตาย หรือหายสาบสูญ ครอบครัว ญาติมิตร ซึ่งเฝ้ารอคอยการกลับของ บุคคลที่ประสบอุบัติเหตุเหล่านั้น และอาจจะต้องได้รับความเดือดร้อนบ้างก็ถึงกับสิ้นเนื้อประดาตัว ขาดหัวหน้าครอบครัว เนื่องจากได้ลงทุนซื้อสินค้าบรรทุกเรือไปจนหมดทุนเดิม เพื่อหวังประโยชน์ จากการค้าให้มากที่สุด เมื่อประสบการณณ์แบบนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง จึงได้มีการจัดตั้งสมาคมชาวเรือขึ้น ตั้งอยู่ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 18 (พุทธศตวรรษที่ 23) โดยจัดวาง แผนสังคมสงเคราะห์โดยให้บรรดาสมาชิกชาวเรือที่ประสงค์จะได้รับผลชดเชยจากสังคมสงเคราะห์ ในระบบดังกล่าวจัดวางเงินมอบให้ไว้แก่สมาคม ในจำนวนสมาชิกละ 1 ปอนด์สเตอร์ลิง เท่ากัน สมาคมจะเป็นผู้เก็บรักษาเงินไว้ และจัดการแบ่งเฉลี่ยเงินที่รวบรวมได้นั้น ให้เป็นมรดกแก่ทายาท ของสมาชิกที่ประสบชะตากรรมจากการเดินทางในทะเล ในขณะเดียวกัน เมื่อจ่ายเงินดังกล่าวหมด แล้วก็เรียกเก็บจากสมาชิกรวบรวมไว้ใหม่ต่อไป

อย่างไรก็ตามการปฏิบัติกิจสงเคราะห์ของสมาคมชาวเรือในกรุงลอนดอน ประเทศ อังกฤษ ครั้งนั้นเป็นกิจกรรมที่มีรูปลักษณะ เช่นเดียวกับ การฃาปนกิจสงเคราะห์ในบ้านเรา ซึ่งต่อจากนั้นก็ยังมีสมาคมอื่น ๆ บริษัทนิติบุคคล และสถาบันอื่น หลาย ๆ แห่งได้นำแบบฉบับและ วิธีการไปประกอบธุรกิจขึ้นแต่ก็มิได้จดทะเบียนเป็นกิจจะลักษณะ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2298 กิจการในรูปแบบประกันชีวิตเคราะห้ ได้รับการปรับปรุงแก้ไข ให้เป็นรูปแบบธุรกิจประกันชีวิตมากขึ้น โดยการใช้ระบบการประกันชั่วระยะเวลาหนึ่งปี (ANNUAL TERM INSURANCE) อันเป็นการคุ้มครองชั่วระยะเวลาปีต่อปี โดยกำหนดอัตราเบี้ยประกันแตกต่างกันตามอายุของผู้เอาประกัน

ในขณะเดียวกันนั้น นายเจมส์ ค็อดซัน (JAMES DODSON) นักค่านวณผู้มีชื่อเสียงของอังกฤษ ได้ริเริ่มวางหลักเกณฑ์ธุรกิจประกันชีวิตให้ทันสมัยยิ่งขึ้น มีการนำเอาวิธีการทำสถิติเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ พร้อมกับได้วางข้อกำหนดกฎเกณฑ์ ในการประกอบธุรกิจประกันชีวิตไว้ด้วย ต่อมาเมื่อ นายเจมส์ คอดซัน ได้ถึงแก่กรรมเสียก่อนที่จะได้นำหลักทฤษฎี และการค่านวณที่ได้เริ่มทำไว้เป็นคนแรก ไปปฏิบัติในธุรกิจประกันชีวิตด้วยตนเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเสียดายสำหรับชาวลอนดอน แต่ในปี พ.ศ. 2305 สถาบันประกันชีวิตแห่งแรกก็ได้กำเนิดขึ้นในโลกและได้นำเอาทฤษฎีและหลักการค่านวณของเจมส์ ค็อดซัน มาใช้ในการประกอบธุรกิจประกันชีวิตที่ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ แบบแผน และจดทะเบียนขึ้นเป็นแห่งแรกของโลกชื่อว่า เอควิตาเบิล แอสซิวรันซ ไซไฟตี้ ออฟ ลอนดอน (The equitable assurance Society of London)

ก่อนที่องค์การ หรือ สถาบันประกันชีวิตเอควิตาเบิล ซึ่งได้ก่อกำเนิดขึ้นในประเทศอังกฤษ อิทธิพลของธุรกิจประกันภัยได้แพร่ขยายเข้าไปในสหรัฐอเมริกา ก่อนหน้าแล้วแต่ไม่ได้มีการจดทะเบียนดำเนินการให้ถูกต้องแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2302 ได้มีสถาบันประกันชีวิตแห่งแรกได้ลงรากฐานในรัฐเพนซิลวาเนีย ประเทศอเมริกามีชื่อว่าเพรสบยาเทเรียนมินิสเตอร์สฟันด์ (The Presbyterian Ministers' Fund) ซึ่งก่อตั้งก่อน สถาบันเอควิตาเบิล แต่ว่าไม่ได้ถือเป็นบริษัทประกันภัยแห่งแรกของโลกนั้น เพราะเหตุว่า สถาบันดังกล่าวมิได้ดำเนินการธุรกิจรับประกันชีวิตทั่ว ๆ ไป เพียงแต่ตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของผู้สอนศาสนาในนิยายในการที่จะได้จ่ายเงินชดเชยรายปี ให้แก่แม่หม้ายของผู้สอนในศาสนาในคณะเพรสบยาเทเรียนเท่านั้น อีกประการหนึ่งอัตราดอกเบี้ยประกันที่ค่านวณสำหรับเรียกเก็บจากสมาชิกในคณะเพรสบยาเทเรียน ก็มีได้คำนึงถึงอายุของผู้เอาประกันและผู้รับเงินรายปีตลอดชีพแต่อย่างใด ซึ่งถือว่าไม่อยู่ในหลักวิชาการประกันชีวิตที่แท้จริง

2.1.2 การดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

กิจการประกันชีวิตในประเทศไทย เริ่มต้นเมื่อใดยังไม่มีหลักฐานแน่ชัด ในสมัยรัชกาลที่ ๖ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ตรากฎหมายแห่งละพาณิชย์ (ค.ศ. 1924) ถ้าถือตามหลักฐานนี้ก็แสดงว่ากิจการประกันภัยได้ดำเนินกิจการแล้ว มิฉะนั้นคงไม่มีความจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติมาใช้บังคับ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า กิจการประกันชีวิตในประเทศไทยมีขึ้นมาก่อนปี พ.ศ. 2467 (ค.ศ.1924)

ใน พ.ศ.2471ได้มีการตราพระราชบัญญัติควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบกระเทือนถึงความปลอดภัยของสาธารณชน ซึ่งจากพระราชบัญญัตินี้ บริษัทประกันภัยจะขอเปิดดำเนินกิจการนั้น ต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาล เพราะรัฐบาลมีอำนาจที่จะตั้งเงื่อนไข และออกกฎหมายบังคับเพื่อควบคุมกิจการประกันภัยได้ ผลของการตราพระราชบัญญัติประกันชีวิตในประเทศไทยได้มีการควบคุมครั้งแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2473 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตให้ดำเนินกิจการประกันชีวิต 4 บริษัท ดังมีรายชื่อตามลำดับดังนี้

1. เกรต อีสเทอร์น ไลน์ แอสชูรันซึ คัมพานี ดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ.2473

2. แมนูแฟเจอร์เรอส์ ไลน์ อินชูรันซึ คัมพานี ดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2473

3. โซน่า อินเตอร์ไวเตอร์ ลิมิเตด ดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2473

4. ชัน ไลน์ แอสชูรันซึ คัมพานี ออฟ คานาดา ดำเนินกิจการ เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ.2473

และในปี พ.ศ. 2474 ได้มีบริษัทต่างประเทศ จัดตั้งเพิ่มอีกหนึ่งบริษัท แต่ก็เลิกกิจการไปคงเหลือ 4 บริษัทเช่นเดิม ต่อมาวันที่ 1 ตุลาคม 2481 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตจัดตั้งอีกหนึ่งบริษัท คือ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แอสชูรันซึ จำกัด

บริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ดำเนินกิจการในระยะก่อน สงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นเข้ายึดครอง บริษัททั้งหมดก็ต้องหยุดดำเนินกิจการ ดังนั้นบริษัทคนไทย จึงได้เริ่มประกอบกิจการธุรกิจประกันชีวิตขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย คือ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด

ก่อตั้งวันที่ 22 มกราคม 2485 และ บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด เปิดตามมาอีก บริษัทหนึ่ง หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัทต่างประเทศ ได้กลับเข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทยอีกเพียง 2 บริษัท คือ บริษัท ชินไลฟ์ คัมปาลี ออฟ แคนาดา และ บริษัท แมนูแฟคเจอร์เรอส์ ไลฟ์ อินชัวร์นซ์ คัมปาลี ต่อมาจนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2492 บริษัททั้งสองก็ได้หยุดดำเนินการประกันภัยในเมืองไทย เพราะไม่พอใจในเงื่อนไขที่กระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์) ได้กำหนดให้มีการวางหลักทรัพย์ 1/3 ของเบี้ยประกันในปีที่แล้ว ๆ มา

ในปี 2491 มีบริษัทไทยประสิทธิ และคลังสินค้า จำกัด (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยประสิทธิ ประกันภัย จำกัด) เปิดดำเนินการประกันชีวิต ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 ได้เกิด บริษัท นครหลวงประกันชีวิต อีกบริษัทหนึ่ง

ในปัจจุบันนี้มีบริษัทประกันชีวิตที่จดทะเบียนในประเทศไทย และดำเนินการในประเทศไทย 12 บริษัท คือ

1. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2485)

2. บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันชีวิต จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2485)

3. บริษัท ไทยประสิทธิประกันภัย จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2491)

4. บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2493)

5. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2494)

6. บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท สยาม

บริการประกันภัย จำกัด และเปลี่ยนเป็นบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลไลฟ์ อินชัวร์นซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และเปลี่ยนเป็นชื่อปัจจุบันนี้)

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2494)

7. บริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2494)

8. บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2494)

9. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด)

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2494)

10. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท มหานครประกันชีวิต จำกัด)

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2519)

11. บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท ไชน่า อินเตอร์เทรดเดอร์ไลน์ อินชัวร์นส์ จำกัด หรือ บริษัท ซี.ยู.แอล.ประกันชีวิต จำกัด จนเปลี่ยนชื่อปัจจุบันนี้)

(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ.2483)

ปัจจุบันนี้มีบริษัทที่เป็นสาขาต่างประเทศคือ

12. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอลสชีวรันส์ จำกัด หรือ บริษัท เอ.ไอ.เอ. จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลแอลสชีวรันส์ จำกัด)

(เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทยเมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ.2481)

นอกจาก 12 บริษัท ดังกล่าวแล้ว ยังมีบริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด ทำหน้าที่ด้านรับประกันภัยต่อจากบริษัทภาคี 12 บริษัท เพื่อเป็นการสงวนเงินตราไว้ในประเทศ และเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจประกันภัย ซึ่งมีผู้บริหารเป็นคนไทยขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง

1.2 ความหมายของการประกันชีวิต

มีผู้ให้ความหมายของการประกันชีวิตไว้หลายทาง พอสรุปได้ดังนี้

การประกันชีวิตคือ แผนการของคนจำนวนมากร่วมกันเฉลี่ยแบ่งเบา ความเสียหายด้านการเงินที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวหนึ่ง ครอบครัวใด อันเนื่องมาจากกรรมกรรมของหัวหน้าครอบครัวนั้น ๆ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนน้อย และผู้โชคซึ่งมีจำนวนมากที่ไม่ถึงแก่ความตายก่อนกำหนด ก็จะได้รับผลจากการสะสม (พนิดา และคนอื่น ๆ. 2531 : 95)

การประกันชีวิต คือ แผนการที่ได้วางระเบียบ แบบแผนไว้อย่างละเอียดถี่ถ้วน ในกรณีที่บุคคลแต่ละบุคคลร่วมกัน วางเงินเพียงคนละเล็กคนละน้อย เพื่อให้รวมกันเป็นก้อนใหญ่ ทำการลงทุนในลักษณะที่ไม่เสี่ยงภัย ไม่มีโอกาสที่จะสูญสิ้นได้ไม่ว่าวิธีใด ๆ ทั้งสิ้น และด้วยเงินก้อนใหญ่บวกผลประโยชน์จากการลงทุนนี้เองสามารถนำมาเป็นส่วนช่วยสงเคราะห์ ครอบครัวของบุคคลในสังคมนั้น เมื่อเสียชีวิตลง อันมีเป็นจำนวนน้อย ส่วนที่เหลือก็เป็นเงินลงทุนต่อไปจนครบกำหนดเวลาสะสม เป็นเงินไว้ให้แก่สังคมนั้นส่วนใหญ่ ที่ยังคงมีชีวิตอยู่ (พินดา และคนอื่น ๆ. 2531 : 98)

การประกันชีวิต คือ แผนของสังคมที่ร่วมกันเฉลี่ย ความเสียหายของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง ที่ถึงแก่ความตายก่อนเวลาอันควร อันเป็นแผนสงเคราะห์สังคม (พินดา และคนอื่น ๆ. 2531 : 98)

ตามที่กล่าวมาแล้วนั้น อาจจะสรุป ได้ว่า การประกันชีวิต คือการประกันความมั่นคงของราชได้นั้นเอง

1.3 ประโยชน์ของการประกันชีวิต

1.3.1 การให้ความคุ้มครอง ไม่ได้หมายความว่า จะคุ้มครองให้รอดพ้นจากภัยต่าง ๆ แต่การประกันชีวิต จะช่วยบรรเทาภาระที่มีต่อครอบครัว ถ้าหากผู้เอาประกันตายลงในเวลาที่ยังไม่สมควร บริษัทจะจ่ายเงินให้ก้อนหนึ่ง (ตามจำนวนเงินที่เอาประกันชีวิต) ให้แก่คนที่ระบุไว้ในสัญญา (กรมธรรม์ประกันภัย) ที่ทำไว้กับบริษัท ซึ่งเรียกว่า ผู้รับประโยชน์ อาจจะเป็น พ่อ แม่ หรือลูก อันจะเป็นทุนในการศึกษา และเลี้ยงดูต่อไป

และในกรณีที่มิประสบอุบัติเหตุควบคู่ไปกับการประกันชีวิต หากเกิดอุบัติเหตุขึ้น บริษัทจะเป็นผู้จ่ายชดเชยค่ารักษาพยาบาล จนกว่าจะหาย หรือ กรณีพิการ (ทุพพลภาพ) จนไม่สามารถประกอบอาชีพได้ บริษัทจะจ่ายเงินเลี้ยงชีพจำนวนหนึ่งเพื่อจะได้ไม่เป็นภาระแก่ครอบครัว แต่ถ้ามีอายุยืนยาวก็จะเป็นภาระแก่ลูกหลาน เพราะมีการประกันชีวิตแบบเงินได้ปกติ หรือแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งจะช่วยให้มีเงินใช้จ่ายในยามชรา

1.3.2 ลดภาษีเงินได้ รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญ ของการประกันชีวิต และเพื่อสนับสนุน ให้ประชาชน ทำการประกันชีวิต จึงให้નાပေးประกันชีวิตที่จ่ายจริง แต่ไม่เกินคนละ 10,000.- บาท ของกรมธรรม์ที่มีกำหนดเวลา ไม่น้อยกว่า 10 ปี ของผู้มีเงินได้ และคู่สมรส ไปหักค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้

1.3.3 การออมทรัพย์ การประกันชีวิตทำให้มีการออมทรัพย์ เป็นประจำและต่อเนื่อง สามารถเก็บเงินได้เป็นกองทุน ไว้ใช้ในโอกาสต่าง ๆ เป็นการเสริมสร้างนิสัย ให้คนในชาติรู้จักมีนิสัย ประหยัด ครอบครัวยุคใหม่มีฐานะมั่นคง

1.3.4 การลดภาระของสังคม ในครอบครัวทั่วไปที่หัวหน้าครอบครัวเสียชีวิตลง โดยไม่ได้ทำประกันชีวิต และไม่มีทรัพย์สินทิ้งไว้ให้ครอบครัว ก็จะมีปัญหาในการดำรงชีพ และการศึกษาของบุตร ส่งผลกระทบแก่สังคม หากหัวหน้าครอบครัวมีประกันชีวิตไว้ ก็จะได้รับเงินจากการประกันชีวิต ช่วยลดบรรเทาภาระที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวได้

1.3.5 ประโยชน์ต่อประเทศชาติ การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างเกื้อกูลกัน เช่น บุคลากร เงินทุน ประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เงินทุนในการพัฒนา เงินจำนวนมากที่ได้จากการออมทรัพย์ของประชาชน ในรูปของการประกันชีวิต จะสามารถนำมาใช้เป็นทุนทรัพย์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ เช่น ซื้อพันธบัตรรัฐบาล และลงทุนในกิจการต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนและจ้างงานเพิ่มขึ้น ช่วยให้คนมีงานทำ และมีรายได้อีกมากขึ้น เป็นการยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของประชาชน ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น

ความแตกต่างระหว่างการประกันวินาศภัยกับการประกันชีวิต

	การประกันวินาศภัย	การประกันชีวิต
1. ความเสียหาย	1. อาจเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ 2. เมื่อเกิดขึ้นแล้วอาจเกิดแบบ สิ้นเชิง (Total) หรือบาง ส่วน (Partial) ก็ได้	1. ภัยนั้นต้องเกิดขึ้นแน่นอน (ทุกคนต้องตาย) 2. เมื่อเกิดแล้วไม่มีการตาย ครึ่งๆ กลางๆ หรือบาง ส่วน (บริษัทต้องสำรอง เงินไว้ให้พอ)
2. ค่าตอบแทน	1. จ่ายให้ไม่เกินความเสียหาย ที่แท้จริง 2. จ่ายให้ไม่เกินทุนประกัน 3. อาจไม่ให้เป็นเงิน แต่อาจนำ ของที่เหมือนกันมาทดแทน	1. ค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงิน แน่นอน คายตัวไม่มีการตี ราคาอีก 2. ต้องจ่ายในกรณีที่มีผู้เอาประ กันตายหรือไม่ตาย (บาง แบบเมื่อถึงอายุกำหนดแล้ว ยังไม่ตายบริษัทก็จะให้เงิน สมนาคุณ) 3. การกำหนดทุนประกัน คู ฐานะ และความสามารถ ในการส่งเบี้ยประกัน
3. เบี้ยประกัน	1. พิจารณาจากทรัพย์สินที่เอา ประกัน 2. พิจารณาสິงแวดล้อม 3. พิจารณาตัวผู้เอาประกัน	1. อายุของผู้เอาประกัน อายุน้อย เบี้ยประกันน้อย 2. สุขภาพผู้เอาประกัน 3. อาชีพ อาชีพที่บั่นทอนชีวิต เบี้ยประกันก็ต้องสูง

	4. การชำระเบี้ยประกันมักทำ คราวละปี	4. การชำระเบี้ยประกันมี หลายวิธี (เพราะเบี้ยประกันมีอัตราสูงกว่า)
4. ระยะเวลา	1. ระยะเวลาสั้น อย่างมาก 12 เดือน	1. ระยะเวลายาวมาก
	2. อาจบอกเลิกสัญญาได้ง่าย (โดยผู้เอาประกันให้ตามส่วน ซึ่งคำนวณราคาละเอียดออกมา)	2. บอกเลิกสัญญาต่างๆไม่ได้ เพราะเป็นเรื่องชีวิตเป็น เดิมพัน (ยกเว้นผู้เอาประกัน เป็นฝ่ายบอกเลิก)
5. เงินทุนสำรอง	1. เงินค่าเบี้ยประกันที่ได้รับมามี จำนวนไม่มากนัก ต้องสำรอง ไว้ส่วนหนึ่ง ที่เหลือก็เอาไป ลงทุน เท่าที่จะทำได้	1. เบี้ยประกันที่ได้รับเมื่อรวม แล้วมากกว่าการประกัน วินาศภัยมาก
	2. ถ้าไม่เกิดความเสียหายเลย บริษัทได้ค่าเบี้ยประกันทั้งหมด เป็นกรรมสิทธิ์	2. เงินที่ได้นั้นแบ่งเป็น ก. สำรองไว้ส่วนหนึ่งเพื่อมี คนตายต้องชดใช้ ข. จัดสรรค่าใช้จ่ายซึ่งมีมาก ค. จัดสรรสำหรับไปลงทุน
6. การเลือกภัย	1. รอบคอบเข้มงวดมาก	1. พิจารณาสภาพอย่างถี่ถ้วน
	2. คุณภาพของทรัพย์สิน ทำได้ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย เพราะเงินที่ได้มาต้องเอาไปชด ใช้ค่าเสียหายเสียมาก	2. คุณาขุมละอาชีวะ เนื่องจากเป็นสัญญาระยะยาว จึงสามารถนำเอาเบี้ยประกัน ไปหมุนดอกออกผลได้มากที่สุด

1.4 การเลือกและจัดประเภทของภัย (Selection and Classification of Risks)

การกำหนดอัตราเบี้ยประกันชีวิต บริษัทจะต้องพิจารณาถึงขนาดของความเสียหายในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้เอาประกัน ตลอดจนสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ ด้วยบุคคลเพศเดียวกัน อายุเท่ากัน แต่ความเสียหายอาจไม่เท่ากันทั้งนี้เพราะความแตกต่างในเรื่องอาชีพ สุขภาพ เชื้อชาติ ถิ่นที่อยู่ ฯลฯ เป็นต้น เพราะฉะนั้น การที่บริษัทจะรับทำการเสี่ยงรายใด จะต้องมีการคัดเลือกภัย (Select of Risks) เสียก่อนว่า ควรจัดอยู่ในประเภทของภัย (Classification of Risk) แบบใด เพื่อที่จะได้ปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1.4.1 รับประกันชีวิตราชนั้นไว้ในอัตราเบี้ยประกันธรรมดา สำหรับภัยประเภทนั้น หรือ

1.4.2 รับประกันโดยเพิ่มเบี้ยประกันขึ้นเป็นพิเศษ เพราะเป็นรายที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (Substandard Risks) หรือ

1.4.3 บอกล้มใจไม่ยอมรับประกันรายนี้ เพราะเป็นความเสี่ยงที่มีอาจรับได้ (Uninsurable Risks)

หลักการประกันชีวิต เป็นการร่วมกันเสี่ยงภัยของบุคคลที่ตกลงอยู่ภายใต้การควบคุมของภัยอย่างเดียวกัน เพื่อโอนความไม่แน่นอนว่าภัยนั้นจะเกิดขึ้นแก่ตนหรือไม่ เมื่อใด เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระ ความเดือดร้อนที่จะเกิดขึ้น หรือเป็นการเปลี่ยนความไม่แน่นอนมาเป็นความแน่นอน โดยอาศัยทฤษฎีว่าด้วยกฎจำนวนมาก (Law of Large Numbers) ซึ่งจะช่วยให้สามารถทราบถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตที่แสดงถึงสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว แก่ส่วนรวม ความแม่นยำของคำทำนายย่อมขึ้นอยู่กับความเชื่อถือได้ของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นซ้ำกันในกลุ่มคนจำนวนมาก

การที่เราจะสามารถวัดความเสี่ยงภัยในหมู่ผู้เอาประกัน เพื่อที่จะทราบอัตราและค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการคำนวณต้นทุนแห่งการประกันภัย และนำไปเป็นค่ากำหนดอัตราเบี้ยประกันที่จะช่วยให้กิจการประกันชีวิตดำเนินการได้นั้น มีปัจจัยที่ควรพิจารณาหลายประการกล่าวคือ

1. อายุ อายุของผู้เอาประกันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพิจารณาว่าจะรับประกันชีวิตบุคคลนั้นได้หรือไม่ และในอัตราเบี้ยประกันเท่าใด

2. ขนาดของร่างกาย ในการรับประกันชีวิต บริษัทจะต้องพิจารณาถึงรูปร่าง ลักษณะ ส่วนสูง น้ำหนัก ส่วนหน้าของร่างกายของผู้เอาประกัน ผู้ที่มีน้ำหนักต่ำกว่าที่กำหนดไว้ เมื่อมีอายุน้อย หรือ มีน้ำหนักเกินกว่าที่กำหนดไว้ในวัยชรา ย่อมจะต้องเสียเบี้ยประกันสูงกว่า อัตราธรรมดา

3. สุขภาพ ปัจจัยสำคัญในการกำหนดว่าผู้เอาประกันควรจัดอยู่ในประเภทใดก็คือ สุขภาพของผู้เอาประกันเป็นตัวกำหนดอัตราเบี้ยประกัน บริษัทประกันจะกำหนดโรค ที่ทำให้ บริษัทมีอาจรับประกันผู้นั้นได้ หรืออาจจะรับแต่ในอัตราเบี้ยที่สูงกว่าปกติ

4. ประวัติส่วนตัว โรคบางอย่างนั้นอาจถ่ายทอดกันได้ทางกรรมพันธุ์ หรือการอยู่ ร่วมครอบครัวเดียวกัน การสืบทราบถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับทางครอบครัว ย่อมใช้ ประโยชน์ในการกำหนดจัดประเภทการเสี่ยงภัยได้ดียิ่งขึ้น

5. อาชีพ (Occupation) อาชีพที่ผู้เอาประกันประกอบอยู่ย่อมมีอิทธิพลต่อชีวิต ของบุคคลนั้น ผู้ที่มีอาชีพเสี่ยงต่ออันตราย ย่อมมีโอกาสเสียชีวิตเพราะอุบัติเหตุได้ง่ายกว่า บุคคลที่ประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงน้อย เช่น นักบิน ช่างก่อสร้าง กรรมกรเหมืองแร่ ฯลฯ ย่อมมีอัตราณะสูงกว่าผู้ประกอบอาชีพที่เป็นพนักงานบริษัท เสมียน พนักงานพิมพ์ดีด เป็นต้น

6. ที่อยู่อาศัย คนที่อยู่ในเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น หรือในถิ่นสลัม ย่อมมีความเสี่ยงภัยต่อชีวิตสูงกว่าปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ที่คนมีที่มียาเสพติด ในบาง ประเทศ ถือว่าชาวต่างชาติที่อพยพเข้ามาพำนักอยู่ในประเทศ มีอัตราณะสูงกว่าคนใน ประเทศของตน

7. อุปนิสัย อุปนิสัยในที่นี้หมายถึง ความประพฤตินของผู้เอาประกัน บริษัทประกัน ชีวิต จะพิจารณาตัวผู้เอาประกันว่า มีนิสัยเกี่ยวกับการชอบเสพยาสูบบุหรี่ หรือยาเสพติด ให้โทษ หรือมีความประพฤตินทางไม่ดีบางอย่าง อันอาจนำมาซึ่งอันตรายแก่ชีวิตของตน บริษัทประกันจะไม่ยอมรับประกันบุคคลที่เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง หรือเป็นโรคจิตยาเสพติดร้ายแรง

8. ศีลธรรม บริษัทประกันชีวิตจะพิจารณาผู้เอาประกันที่ประพฤติปฏิบัติตนอันเป็นที่ รังเกียจแก่สังคม

9. สตรี แม้ว่าตามปกติสตรีจะมีอายุยืนยาวกว่าบุรุษก็ตาม แต่บริษัทก็ต้องใช้ความ ระมัดระวังในการรับประกันสตรี เนื่องจากมีโรคภัยเฉพาะอย่าง ที่จะเกิดขึ้นแก่สตรีเท่านั้น

และสภาพที่ต้องอาศัยรายได้ของบุคคลอื่น ซึ่งโดยปกติ ได้แก่ สมาชิก ในการดำรงชีพในการรับประกันก็อาจจะกำหนดเบี้ยประกันในอัตราสูง โดยเพิ่มอายุของผู้เอาประกันให้มากกว่าความเป็นจริงในการคำนวณเบี้ยประกัน

10. เชื้อชาติและสัญชาติ บุคคลที่มีเชื้อชาติ และสัญชาติแตกต่างกัน มักจะมีอัตราภาระแตกต่างกันไปด้วย เว้นแต่ผู้นั้น ได้เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศนั้นในระยะเวลาที่กำหนด หรือได้ยึดเป็นภูมิลำเนาแล้ว

11. ฐานะทางเศรษฐกิจ แม้ว่าบุคคลอาจทำการประกันชีวิตตนเองได้โดยไม่จำกัดจำนวนเงินเอาประกัน แต่ทางบริษัทจะไม่ยอมให้บุคคลใดทำการประกันชีวิตในจำนวนเงินที่เกินกว่าความสามารถในการชำระเบี้ยประกัน ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้เอาประกันเกินแก่ความจำเป็น (Over Insurance) อันจะเป็นทางทำให้เกิดภัยทางศีลธรรม

12. แบบของกรมธรรม์ กรมธรรม์แต่ละแบบย่อมมีความเสี่ยงภัย และอัตราภาระแตกต่างกัน แบบที่มีความเสี่ยงภัยน้อย บริษัทย่อมยินดีที่จะทำการรับประกันรานั้นโดยลดข้อจำกัดลง สำหรับการประกันชีวิตแบบที่จำนวนเงินเอาประกันสูงกว่าปกติ อาจจะก่อให้เกิดภัยทางศีลธรรมได้ง่าย เช่น การประกันภัยแบบชั่วระยะเวลา เป็นต้น

13. การเดินทางทางอากาศ (Aviation) บุคคลที่มีอาชีพเกี่ยวกับการเดินทางทางอากาศ เช่น นักบิน พนักงานประจำเครื่องบิน นักธุรกิจ ย่อมอยู่ภายใต้การเสี่ยงภัยที่สูงกว่าปกติ บริษัทประกันอาจพิจารณาจัดให้บุคคลเหล่านี้อยู่ในภัยอีกประเภทหนึ่ง ที่มีอัตราเบี้ยประกันชีวิตสูงกว่าบุคคลที่มีลักษณะอื่น ๆ

1.5 แหล่งที่มาเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในตัวผู้เอาประกัน

บริษัทสามารถทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้เอาประกันได้จากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ตัวแทน (Agents) ตัวแทนของบริษัททำหน้าที่สำคัญยิ่งในการช่วยเหลือบริษัทในการเลือกการเสี่ยงภัย เพราะตัวแทนเป็นผู้ติดต่อกับผู้เอาประกันโดยตรง และอาจเป็นผู้สนิทสนมกับผู้เอาประกันมาก่อนก็ได้ ในการดำเนินการรับประกัน ผู้เอาประกันจะต้องกรอกแบบฟอร์มข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวของผู้เอาประกัน ตามแบบฟอร์มที่บริษัทกำหนด โดยปกติตัวแทนจะเป็นผู้เลือกภัยเฉพาะที่เห็นว่าบริษัทควรจะรับประกันได้ เมื่อเป็นเช่นนั้นบริษัทจึงต้องอาศัยความรู้ความชำนาญของตัวแทนเป็นอย่างมาก ข้อที่บริษัทควรพิจารณา

เพิ่มเติมก็เฉพาะในส่วนที่ตัวแทนไม่อาจทราบได้ เนื่องจากเป็นข้อเท็จจริงที่ต้องอาศัยความรู้หรือหลักวิชาพิเศษ เช่น การตรวจร่างกาย เป็นต้น

2. ผู้ขอเอาประกัน (Applicants) บริษัทย่อมต้องอาศัยค่าบอกเล่าของผู้เอาประกันในอันที่จะทราบถึงสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับตัวผู้เอาประกัน ฉะนั้น ผู้เอาประกันจึงต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตนเองทั้งปวง เมื่อบริษัทร้องขอไม่ว่าจะเป็นด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรแล้วแต่กรณี การปิดบังข้อเท็จจริงทำให้บริษัทเก็บเบี้ยในอัตราสูง หรือบอกปิดไม่ยอมรับประกัน หรือบริษัทอาจบอกกล่าวสัญญาและปฏิเสธความรับผิดชอบได้

3. แพทย์ (Physician) ก่อนที่บริษัทจะรับประกันชีวิตบุคคลใด ย่อมจะต้องทำการตรวจสอบร่างกายของผู้เอาประกันคนนั้นเสียก่อน เพื่อที่จะได้ทราบว่าสุขภาพอนามัยเป็นอย่างไร แพทย์ผู้นี้อาจจะเป็นผู้ที่บริษัทได้ว่าจ้างไว้เป็นประจำหรือครั้งคราวก็ได้ แต่ต้องเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทให้ทำหน้าที่ตรวจร่างกาย นอกจากนี้ บริษัทอาจทราบประวัติเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลได้ โดยสอบถามจากแพทย์ประจำตัวของผู้เอาประกัน หรือแพทย์ที่เคยรักษากันมาแล้วในอดีต

4. ผู้ตรวจสอบ (Inspectors) โดยปกติบริษัทจะจัดให้มีผู้ตรวจสอบของบริษัทไว้ โดยจัดให้ทำหน้าที่สืบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้เอาประกัน เมื่อต้องการทราบรายงานเพิ่มเติม หรือต้องการทราบว่ารายงานของผู้เอาประกันตรงต่อความเป็นจริงเพียงใด

1.6 วิธีแบ่งประเภทของภัย (Classification of Risk)

บริษัทจะต้องรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้เอาประกัน เพื่อนำมาประเมิน และวิเคราะห์ว่าผู้เอาประกันชีวิตนั้น ๆ ควรจัดอยู่ในภัยประเภทใด ถ้าอยู่ในภัยประเภทที่ไม่อาจรับได้ ก็จะแจ้งปฏิเสธการรับประกันให้ผู้ขอเอาประกันทราบ แต่ถ้ารับประกันได้ ก็จะต้องคำนึงว่าจะรับประกันในอัตราเบี้ยประกันเท่าใด ระบบการประเมินภัยเพื่อจัดเข้าแต่ละประเภทจะต้องสามารถประเมินขนาดความเสี่ยงภัยของผู้เอาประกันได้อย่างแม่นยำหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อความยุติธรรมและป้องกันมิให้บริษัทต้องขาดทุน ระบบการวัดความเสี่ยงภัยเพื่อจัดเข้าประเภทของการรับความเสี่ยง มีหลักดังนี้.-

1.6.1 สามารถวัดข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้เอาประกันแต่ละข้อ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ทั้งในด้านดีและด้านเสีย ซึ่งจะกระทบกระเทือนต่อความมีชีวิตรอดของผู้นั้น และสามารถแสดงออกมาเป็นตัวเลขได้ว่ามีขนาดเป็นเท่าใด

1.6.2 สามารถประเมินข้อเท็จจริงทั้งปวง

1.6.3 สามารถแสดงผลออกมา ในอันที่จะรักษาความยุติธรรมแก่ผู้เอาประกัน ในการกำหนดอัตราเบี้ยประกัน

1.6.4 จะต้องเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้
ระบบการวัดความเสี่ยงภัยเพื่อจัดเข้าประเภท ในปัจจุบันมีดังนี้.-

THE JUDGEMENT METHOD OF RATING

ระบบนี้มีวิธีการที่ง่ายในการวัดขนาดของความเสี่ยงภัย ในการรับประกันชีวิตของผู้เอาประกัน จะจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจ โดยอาศัยความชำนาญงาน ซึ่งเป็นระบบเก่า ที่ใช้สำหรับการพิจารณาภัยที่ไม่มีลักษณะพิเศษอื่นใด การกำหนดประเภทของภัยตามวิธีนี้สะดวกในการใช้มาก และเป็นระบบที่ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากนัก ระบบนี้ยังใช้อยู่บ้างในปัจจุบัน ในกรณีที่จำนวนเงินเอาประกันไม่มากจึงไม่ต้องอาศัยหลักวิชาการเท่าใด

THE NUMERICAL RATING SYSTEM

การกำหนดประเภทของภัยที่จะรับเสี่ยงตามระบบนี้เหมาะสำหรับภัยทุกชนิด โดยเฉพาะภัยที่มีจำนวนเงินเอาประกันค่อนข้างสูง ระบบนี้ได้จัดให้มีการพิจารณาถึงข้อเท็จจริงทั้งปวงเกี่ยวกับผู้เอาประกัน โดยถือหลักว่าข้อเท็จจริงแต่ละอย่างย่อมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในอันที่จะมีผลต่อความมีชีวิตรอดอยู่ของผู้เอาประกัน และอาจจะสามารถวัดออกมาเป็นตัวเลข ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อหาผลลัพธ์ที่ต้องการดังกล่าวที่สำคัญ ได้แก่ ขนาดสุขภาพ ประวัติส่วนตัว ประวัติทางครอบครัว อาชีพ ที่อยู่อาศัย อุปนิสัย สัณฐาน และแบบของกรมธรรม์ ซึ่งปัจจัยทุกตัวจะแสดงออกมาเป็นตัวเลข ผลที่ได้ก็คือ อัตราเบี้ยละที่นำไปใช้เทียบต่ออัตราเบี้ยสำหรับภัยประเภทนั้น ๆ

1.7 หลักและทฤษฎีการประกันชีวิต

หลักของการประกันชีวิตใช้หลักเช่นเดียวกับการประกันวินาศภัยมีพื้นฐานมาจาก

1.7.1 หลักแห่งความน่าจะเป็นไปได้ (Theory of Probability) ก็คือโอกาสของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ในการประกันชีวิต ความน่าจะเป็นไปได้ของภัยจะมีเพียงใดก็ต้องพิจารณาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต เป็นเกณฑ์

1.7.2 กฎแห่งจำนวนมาก (Law of Large Numbers) จะทำให้ทราบระดับหรือความถี่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ การพยากรณ์ให้ได้ผลใกล้เคียงมากเพียงใดต้องอาศัยจำนวนเป็นเกณฑ์

1.7.3 กฎของการเฉลี่ย (Law of Average) การประกันภัยเป็นการเฉลี่ยความเสี่ยงร่วมกัน หากมีภัยเกิดขึ้น ความสูญเสียเท่าใดก็เฉลี่ยกันไประหว่างผู้เสี่ยงภัย ค่าสูญเสียที่เฉลี่ย อยู่ในรูปของเบี้ยประกันชีวิต

1.8 รูปแบบของผู้รับประกันชีวิต

ประเภทของบริษัทผู้รับประกันชีวิตของเอกชน แบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ.-

1. บริษัทจำกัด (Stock Company) ซึ่งมีผู้ถือหุ้นเป็นเจ้าของ ประกอบด้วยคณะผู้ร่วมก่อตั้ง ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป เข้าชื่อร่วมกันทำเป็นหนังสือบริคณห์สนธิณจึ่งชื่อที่ตั้งของบริษัท และวัตถุประสงค์ในการทำกิจการทั้งหลายของบริษัท จำนวนทุน หรือหุ้นที่บริษัทจะจดทะเบียนแบ่งออกเป็นหุ้น มีมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน ผู้ถือหุ้นทุกคนของบริษัทจะเป็นเจ้าของบริษัท ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1096 บัญญัติไว้ว่า "อันว่าบริษัทจำกัดนั้น คือบริษัท ประเภทหนึ่ง ซึ่งตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน ผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัด เพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งไว้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ "การประกอบการประกันชีวิต ต้องได้รับอนุญาต จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ตาม พ.ร.บ. ประกันชีวิต พ.ศ.2510 มาตรา12 (ปัจจุบันได้ยกเลิกไปแล้ว เปลี่ยนเป็น พ.ร.บ. ประกันชีวิต 2535) เพราะฉะนั้น ถึงแม้ว่าจะได้จดทะเบียนกับกรมทะเบียนการค้าถูกต้องแล้ว จะดำเนินการธุรกิจได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

2. บริษัทแบบสหกรณ์ (Mutual Company) คือบริษัทที่ตั้งขึ้น โดยถือว่าผู้ถือกรรมสิทธิ์ทุกคนเป็นเจ้าของบริษัท การจัดตั้งสหกรณ์จะต้องมีคณะบุคคลผู้ก่อตั้งขึ้นเช่นเดียวกับบริษัทจำกัด แต่ผู้ถือกรรมสิทธิ์ของบริษัทแบบสหกรณ์นั้น นอกจากเป็นผู้เอาประกันแล้วยังเป็นเสมือนเจ้าของบริษัทไปในตัวอีกด้วย ผู้ถือกรรมสิทธิ์ทุกคนมีสิทธิลงคะแนนเสียงได้ 1 เสียง สำหรับการเลือกตั้งกรรมการ ไม่ว่าบุคคลนั้นจะทำประกันจำนวนเงินมากเท่าใด ต่างกับผู้ถือหุ้นในบริษัทที่มีเสียง 1 เสียง ค่อ 1 หุ้น โดยปกติระเบียบการเลือกตั้งกรรมการ จะบังคับไว้ให้ผู้ถือกรรมสิทธิ์จะมีสิทธิลงคะแนนเสียงได้นั้นจะต้องถือกรรมสิทธิ์เกิน 1 ปี และ กรรมธรรมไม่

ขาดผลบังคับ ซึ่งอาจจะมาลงคะแนนเสียงด้วยตนเองหรือส่งทางไปรษณีย์ก็ได้ ปัจจุบันได้จัดตั้งขึ้นแล้ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2538

3. บริษัทผสม (Mixed Company) มีลักษณะของบริษัทจำกัด แต่เปิดโอกาสให้ผู้เอาประกันมีเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้น และมีส่วนแบ่งผลกำไร บริษัทแบบนี้นี้น่าจะหากรรมการผู้มีเงินปันผล และชนิดไม่มีเงินปันผล

4. สมาคม หรือชมรมภราดรภาพ (Fraternal Society) หรือที่เรารู้จักในรูปของสมาคมฌาปนกิจ ซึ่งสมาชิกจะต้องเสียค่าบำรุง เมื่อสมาชิกคนหนึ่งคนใดเสียชีวิตลง สมาคม หรือชมรมก็จะจ่ายเงินให้กับผู้รับประโยชน์ สมาคม หรือชมรมก่อตั้งขึ้นจากกลุ่มศาสนาหรือกลุ่มอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ในขั้นแรกนั้นทางสมาคมจะดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ก่อน เช่น กีฬา สังคม การพยาบาล อนามัย การพักผ่อน และช่วยเหลือสมาชิกที่ขาดทุน เมื่อกิจการเจริญขึ้นพอสมควร จึงได้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการประกันชีวิตขึ้น แต่มีได้เรียกว่า "การประกันภัย" หรือ "การประกันชีวิต" เพราะถือว่าเป็นองค์การที่ไม่มุ่งหวังแต่ผลกำไร แต่มุ่งให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีลักษณะคล้ายกับสมาคมฌาปนกิจที่เรารู้จัก

เมื่อประมาณ 10 กว่าปีที่ผ่านมา สมาคมฌาปนกิจในประเทศไทย มีผู้จัดตั้งขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะประสบความล้มเหลว เพราะมักจะทำกันเป็นลักษณะการค้ามากกว่าที่จะเป็นองค์การที่ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมิได้มุ่งหวังผลกำไร ทั้งการบริหารงานก็ยังไม่รัดกุม ต่อมาเมื่อมี พ.ร.บ. ประกันชีวิตขึ้น ได้มีการฟ้องร้องกันถึงศาล ว่าการดำเนินการของสมาคมฌาปนกิจมีลักษณะคล้ายคลึงกับการประกันชีวิต เมื่อสมาคมไม่สามารถดำเนินการได้ตามกฎหมายประกันชีวิตจึงพากันสลายตัว แต่เนื่องจากสมาคมฌาปนกิจบางแห่งเป็นองค์การที่ไม่มุ่งหวังกำไร รัฐบาลจึงได้ออกกฎหมายขึ้นอีกฉบับหนึ่ง ให้กระทรวงมหาดไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลสมาคมฌาปนกิจดังกล่าว

ประเภทของรูปแบบบริษัทประกันชีวิตของรัฐ

ธนาคารออมสินของรัฐในบางประเทศ ได้เข้ามามีบทบาทในการประกันชีวิต โดยตั้งเป็นแผนกหนึ่งของธนาคาร (Savings Bank Life Insurance)

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันนี้มีเพียงบริษัทจำกัดอย่างเดียวที่อยู่ภายใต้ พ.ร.บ. ประกันชีวิต ส่วนธนาคารออมสินซึ่งได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการประกันชีวิตขึ้น

โดยได้รับการยกเว้นตามกฎหมาย ซึ่งไม่ต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของ พ.ร.บ. ประกันชีวิต เนื่องจากอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลังอยู่แล้ว

1.9 ชนิด ประเภท แบบของการประกันชีวิต

ชนิดของการประกันชีวิต

ชนิดของการประกันชีวิต มี 2 ชนิด คือ

1. ชนิดมีเงินปันผล และ
2. ชนิดไม่มีเงินปันผล

ชนิดไม่มีเงินปันผล อัตราเบี้ยประกันชีวิตจะต่ำกว่าชนิดมีเงินปันผล เพราะชนิดมีเงินปันผลผู้เอาประกันชีวิตจะได้รับแบ่งผลจากกำไรของบริษัท

ประเภทของการประกันชีวิต

การประกันชีวิต แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. การประกันชีวิตประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance) เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันแต่ละกรมธรรม์ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ถึงหลายล้านบาท การชำระเบี้ยประกัน แบ่งเป็นรายปี, 6 เดือน, 3 เดือน หรือรายเดือน รวมทั้งอาจมีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจสอบสุขภาพก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทรับประกัน
2. การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม (ประเภทมวลชน) (Industrial Life Insurance) เป็นการประกันชีวิตประเภทหนึ่งซึ่งมีจำนวนเงินเอาประกันชีวิตแต่ละกรมธรรม์ต่ำ จำนวนเงินเอาประกันตั้งแต่ 10,000 ถึง 300,000 บาท การชำระเบี้ยประกันเป็นรายเดือน และจะไม่ตรวจสอบสุขภาพ ดังนั้นจึงมีระยะเวลาคอส 3 เดือน หรือ 6 เดือน หรือบางบริษัทไม่มีระยะคอส คือ ถ้าผู้เอาประกันเสียชีวิตในระยะนี้ บริษัทจะไม่จ่ายจำนวนเงินเอาประกันชีวิตให้ แต่จะคืนเบี้ยประกันชีวิตที่ได้ชำระมาแล้วทั้งหมดแก่ผู้รับประโยชน์
3. การประกันชีวิตหมู่หรือกลุ่ม (Group Life Insurance) คือ ในกรมธรรม์ฉบับหนึ่งจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันหลายคน โดยทั่วไปตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นพนักงานของบริษัท หรือในโรงงานอุตสาหกรรมเดียวกัน ลักษณะของการประกันชีวิตหมู่บริษัทประกันฯ อาจกำหนดให้มีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจก็ได้ นายจ้างจะเป็นผู้ชำระ

เบี้ยประกันให้ลูกจ้างทั้งหมด ลูกจ้างหรือผู้มีสิทธิทำประกันชีวิตได้จะต้องสมัครเข้าทำประกันทั้งหมด หรือไม่น้อยกว่า 75% ของลูกจ้างทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ลูกจ้างที่มีสุขภาพไม่ดีเท่านั้นที่ทำประกันชีวิต และนั่นอาจกล่าวได้ว่าเป็นสวัสดิการ ซึ่งนายจ้างให้แก่ลูกจ้าง จากที่ผ่านมามีอัตราการตายของผู้เอาประกันชีวิตหมู่ในประเทศไทย มีจำนวนน้อยกว่าประกันชีวิตประเภทสามัญและประเภทอุตสาหกรรม

แบบของการประกันชีวิต

ได้แบ่งการประกันชีวิตพื้นฐานออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ในขณะที่ผู้เอาประกันเสียชีวิตลง บริษัทจะจ่ายเงินสินไหมให้แก่ผู้รับประโยชน์

1.1 การชำระเบี้ยประกัน แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การชำระเบี้ยประกันแบบตลอดชีพ คือ ชำระตั้งแต่วันเริ่มสัญญา เป็นงวด ๆ ละ เท่ากัน จนกว่าผู้เอาประกันชีวิตจะเสียชีวิต หรือครบกำหนดระยะเวลาสูงสุดที่ได้ระบุไว้ การชำระเบี้ยประกันกับจำกัดระยะเวลา ผู้เอาประกันไม่ต้องชำระเบี้ยประกันกับตลอดระยะเวลายาวนานเหมือนวิธีแรก แต่จะชำระจนถึงกำหนดระยะเวลาช่วงหนึ่ง เช่น 15 ปี, 20 ปี หรือชำระจนกว่าจะถึงอายุที่กำหนดไว้ เช่น ครบอายุ 50 ปี, 60 ปี เป็นต้น

1.2 การครบกำหนดสัญญา สัญญาจะสิ้นสุดลงเมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต หากผู้เอาประกันมีชีวิตยืนยาวอยู่ถึงครบกำหนดสัญญา บริษัทก็จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกัน และสัญญาเป็นอันสิ้นสุด

1.3 ชนิดของการประกันชีวิตแบบตลอดชีพ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ อาจจำแนกได้ตามลักษณะของความคุ้มครองและจำนวนเบี้ยประกันที่แตกต่างกัน

1.3.1 การประกันแบบตลอดชีพธรรมดา เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันกับและจำนวนเบี้ยประกันคงที่ตลอดระยะเวลาของสัญญา

1.3.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนเบี้ยประกันโดยผู้เอาประกันสามารถชำระเบี้ยประกันต่ำในช่วงแรกและสูงขึ้นในช่วงหลัง หรืออาจชำระเบี้ยประกันสูงขึ้นเป็นช่วง (แบบขั้นบันได) ก็ได้

1.3.3 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนเงินเอาประกัน เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองคงที่ในระชนึง หลังจากนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงจำนวนเงินเอาประกันกั้เพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นช่วง ๆ โดยชำระเบี้ยเท่ากันตลอดสัญญา

2. การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา หรือ แบบเฉพาะกาล (Term Insurance)

เป็นการประกันแบบพื้นฐานของการประกันชีวิตซึ่งมุ่งเน้นด้านความคุ้มครองเพียงอย่างเดีว โดยไม่มีผลประโยชน์ในด้านการออมทรัพย์หรือการสะสมเข้ามาเกีวข้องให้ความคุ้มครองภายในกำหนดระยะเวลาของสัญญา เช่น 1 ปี, 5 ปี, 10 ปี หากผู้เอาประกันเสียชีวิตภายในกำหนดเวลาของสัญญา บริษัทจะจ่ายตามจำนวนเงินเอาประกันกั้ ที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ และหากผู้เอาประกันอยู่จนครบสัญญา จะถือว่าสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีกาจ่ายผลประโยชน์อื่นใดคืนทั้งดึ้น การประกันแบบนี้จะให้ความคุ้มครองสูง สัญญาอาจขาดอายุได้ง่ายเพราะไม่มีส่วนของการออมทรัพย์

2.1 การชำระเบี้ยประกัน แบบประกันแบบนี้ไม่มีการจ่ายเงินสดเชยใด ๆ คุ้มครองเฉพาะกรณีเสียชีวิตเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่มีมูลค่าเวนคืน หรือมูลค่าเงินสด ไม่มีเงินสำรองประกันกั้ เบี้ยประกันแบบนี้จะต่ำกว่าแบบอื่น ๆ สำหรับการชำระเบี้ยสามารถชำระได้ 2 วิธี คือ ชำระครั้งเดีวเมื่อเริ่มสัญญา โดยคุ้มครองตลอดสัญญา หรือแบ่งชำระเบี้ยเป็นงวด ๆ งวดละเท่า ๆ กันตลอดระยะเวลาของสัญญา เช่น 5 ปี 10 ปี เป็นรายปี 6 เดือน 3 เดือน รายเดือน กั้ได้

2.2 การครบกำหนดสัญญา หากผู้เอาประกันอยู่จนครบสัญญา จะถือว่าสัญญาสิ้นสุดลง ไม่มีการคืนเบี้ยประกัน ซึ่งคล้ายกับการประกันวินาศภัย ต่อมาได้มีการสร้างเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงแบบไว้ในกรมธรรม์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้.-

2.2.1 เงื่อนไขการต่อสัญญาได้ ผู้เอาประกันมีสิทธิต่อสัญญาได้ก่อนที่สัญญาจะหมดอายุ โดยไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพใหม่ เพราะเป็นสัญญาต่อเนื่องกัน

2.2.2 เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงแบบได้ ผู้เอาประกันมีสิทธิขอเปลี่ยนแปลงจากชั่วระยะเวลามาเป็นแบบถาวรอื่นได้ เช่น แบบตลอดชีพ หรือแบบสะสมทรัพย์ ฯลฯ โดยแบบที่เปลี่ยนจะต้องมีอายุสัญญายาวกว่าเดิม และไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ แต่ทั้งนี้ผู้เอาประกันจะต้องแจ้งความจำนงในการขอเปลี่ยนแปลงภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้

2.3 ชนิดของการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา แบ่งออกเป็น

2.3.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันคงที่

2.3.2 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันภัยลดลงเป็นช่วง ๆ ตลอดระยะเวลาของสัญญา เช่น แบบค้ำครองการจ่าย

2.3.3 การประกันแบบชั่วระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันภัยเพิ่มขึ้นเป็นช่วง ๆ ตลอดระยะเวลาของสัญญาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจที่ค่าครองชีพสูงขึ้นทุกปี

3. การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

เป็นสัญญาที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินเอาประกันชีวิต ให้แก่ผู้เอาประกันเมื่อมีชีวิตอยู่จนครบสัญญา หรือจะจ่ายให้ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต ในระยะเวลาที่กำหนด การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นแบบประกันที่ได้รับความนิยมมาก ให้ผลประโยชน์ทั้งด้านความคุ้มครองและการออมทรัพย์ หากระหว่างสัญญาผู้เอาประกันมีเหตุขัดข้องทางการเงินไม่สามารถชำระเบี้ยประกันภัยต่อไปได้ หรือมีความจำเป็นต้องใช้เงินบางส่วน ผู้เอาประกันสามารถกู้เงินตามกรมธรรม์ เพื่อชำระเบี้ยประกัน หรือเวนคืนกรมธรรม์ เพื่อขอรับเงินสด ปิดบัญชีกรมธรรม์ใช้เงินสำเ็จ หรือเปลี่ยนเป็นกรมธรรม์ชยาเวลาได้

3.1 การชำระเบี้ยประกัน สัญญาของการประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มีช่วงระยะเวลาที่แน่นอน เช่น 10 ปี, 15 ปี, 20 ปี หรือเมื่อผู้เอาประกันมีอายุครบ 60 ปี หรือ 65 ปี แล้วแต่กำหนด การชำระเบี้ยประกันอาจจะกำหนดให้มีการชำระเป็นงวด ๆ ละเท่า ๆ กัน ตลอดระยะเวลาของสัญญา หรืออาจกำหนดระยะเวลาชำระเบี้ยสั้นกว่าระยะเวลาของสัญญาให้ความคุ้มครองก็ได้

4. การประกันชีวิตแบบเงินรายปี

เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองรายได้ในวัยชรา หรือเมื่อเกษียณอายุ โดยจ่ายทดแทนในรูปของเงินรายปี หรือนำมาฉุ เป็นแบบประกันที่สร้างความมั่นใจให้ผู้เอาประกันในอนาคต ว่าจะมีรายได้เลี้ยงตนเองไปตลอดชีพ และสามารถสร้างความภูมิใจให้กับผู้เอาประกัน ว่าในวันทำงานได้สะสมเงินไว้ส่วนหนึ่งซึ่งให้ผลตอบแทนกลับมาอย่างสม่ำเสมอ

4.1 การชำระเบี้ยประกัน การชำระเบี้ยประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยประกันของผู้เอาประกัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 วิธี คือ

4.1.1 การชำระเบี้ยประกันครั้งเดียว (Single Premium Annuity) ผู้เอาประกันจะต้องชำระเบี้ยประกันก้อนทั้งหมดเพียงครั้งเดียว

4.1.2 การชำระเบี้ยประกันเป็นงวด (Periodic Level Premium Annuity) กำหนดให้มีการชำระเบี้ยประกันเป็นงวด ๆ ละ เท่า ๆ กัน เช่น ชำระเป็นงวดรายปี หรือรายเดือน ภายในระยะเวลาที่ระบุไว้แน่นอน เช่น 5 ปี หรือ 10 ปี ช่วงระยะเวลาของการชำระเบี้ยเรียกว่า "ช่วงเวลาแห่งการสะสม (Accumulated Period)"

4.2 การกำหนดวันเริ่มรับเงินและวิธีรับเงิน

4.2.1 การกำหนดวันเริ่มรับเงิน มี 2 แบบ คือ แบบรับเงินรายปี คือ รับเงินทันที และ แบบเลื่อนระยะเวลารับเงินออกไป

4.2.1 การกำหนดวิธีรับเงิน

4.2.1.1 แบบที่จ่ายเงินรายปีให้แน่นอนตามอายุในสัญญา โดยมิได้คำนึงถึงการมีชีวิตอยู่หรือไม่ของผู้เอาประกัน

4.2.1.2 แบบเงินได้ตลอดชีพ เป็นแบบที่การจ่ายเงินรายปีจะจ่ายไปจนตลอดชีพของผู้เอาประกัน หากผู้เอาประกันเสียชีวิตลง การจ่ายเงินสิ้นสุดลงทันที

4.2.1.3 แบบเงินได้ตลอดชีพที่ประกันระยะเวลาการจ่ายเงิน เช่นกรณีกำหนดการจ่ายเงิน 5 ปี หากผู้เอาประกันเสียชีวิตลงก่อนเวลาที่กำหนด บริษัทประกันจะจ่ายเงินในส่วนที่เหลือให้จนครบกำหนด 5 ปี แต่หากมีชีวิตอยู่เกิน 5 ปี บริษัทประกันรับรองการจ่าย ให้จนกว่าผู้เอาประกันจะเสียชีวิต

4.2.1.4 แบบเงินได้ตลอดชีพประกันจำนวนเงินจ่าย แบบนี้จะจ่ายผลประโยชน์ไปจนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต โดยจำนวนเงินที่จ่ายแต่ละงวด รวมแล้วไม่ต่ำกว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ได้ชำระไป

5. การประกันชีวิตแบบอื่น ๆ

นอกเหนือจากแบบพื้นฐานที่กล่าว ทั้ง 4 แบบแล้วนั้น ยังมีแบบของการประกันชีวิตแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบสะสมทรัพย์ กับ แบบสะสมทรัพย์แท้จริง แบบสะสมทรัพย์มีเงินคืนกับแบบชั่วระยะเวลา แบบคุ้มครองทั้งครอบครัว ฯลฯ ซึ่งแบบประกันต่าง ๆ เหล่านี้

เกิดขึ้นเนื่องจาก แบบที่ได้นำเสนอให้แก่ผู้บริโภคนั้น บางครั้งยังไม่ถูกใจ ดังนั้นจึงได้มีการนำเอาแบบประกันพื้นฐานทั้ง 4 แบบ มาประสมกัน เพื่อตอบสนองตามความต้องการ และจงใจให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญและต้องการที่จะทำประกันชีวิต

1.10 เบี้ยประกันชีวิต

เบี้ยประกันชีวิต หมายถึง จำนวนเงินที่บริษัทประกันชีวิตเรียกเก็บจากผู้เอาประกัน สำหรับการออกกรมธรรม์เพื่อให้ความคุ้มครอง ซึ่งจะต้องมีจำนวนมากเพียงพอกับความรับผิดชอบของบริษัทในอนาคต ได้แก่ ค่าสินไหม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการประกันชีวิต ดังนั้นการคิดคำนวณเบี้ยประกันชีวิตจะแตกต่างกันตามแบบของกรมธรรม์ ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

ก. อัตราภาระ เนื่องจากอัตราภาระเป็นรากฐานที่สำคัญในการคำนวณเบี้ยประกัน ซึ่งถ้าตารางภาระใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากเท่าใด อัตราเบี้ยที่จะเรียกเก็บจากผู้เอาประกันก็จะใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากเท่านั้น

ข. อัตราดอกเบี้ย ใช้อัตราดอกเบี้ยทบต้น

ค. อัตราค่าใช้จ่าย ซึ่งเกิดขึ้นโดยตรงจากการประกันชีวิตรายนั้น ๆ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากการประกอบการประกันชีวิตของบริษัท

1.11 เงินสำรองประกันชีวิต (Life Insurance Reserve)

เงินสำรองเป็นหัวใจสำคัญของการประกันชีวิต การคำนวณเงินสำรองต้องอาศัยหลักคณิตศาสตร์ ในการประกันชีวิตโดยทั่ว ๆ ไป บริษัท ๆ จะต้องสะสมเงินส่วนเกินไว้เป็นเงินสำรอง และนำเงินสำรองไปหาผลประโยชน์ เพื่อให้คุ้มกับความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกัน ตามสัญญาในกรมธรรม์ ที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบ ถ้ากรณีที่ผู้เอาประกันถึงแก่กรรมในระยะสั้น เงินเบี้ยประกันที่บริษัทฯ สะสมไว้ไม่พอ บริษัทมีวิธีเพิ่มส่วนที่ขาดนี้โดยเอาเงินสำรองของคนอื่นที่ยังไม่เสียชีวิตมาทดแทน ถึงแม้ว่าเงินสำรองจะขาดดุลไปบ้าง แต่ส่วนที่จะนำไปลงทุนก็จะได้ออกผลกลับคืนมา

สูตร การกำหนดเงินสำรองประกันชีวิต

$$R = (P + I) - C$$

เมื่อ

R (Reserve) = เงินสำรองประกันชีวิต

P (Premium) = เบี้ยประกัน

I (Investment) = เงินที่นำไปลงทุน

C (Cost) = ค่าใช้จ่ายต้นทุนหรือค่าของการประกันชีวิต

เงินสำรองต้นปี (Initial Reserve) คือผลรวมของเงินสำรองสิ้นปี (Terminal Reserve) กับเบี้ยประกันอัตราคงที่สุทธิ (Net Level Premium) ปีปัจจุบัน เงินสำรองต้นปีมีส่วนในการคำนวณหามูลค่าเวนคืนเงินสละอีกด้วย

เงินสำรองสิ้นปี (Terminal Reserve) คือจำนวนเงินที่เพิ่มขึ้นโดยนำเงินสำรองไปลงทุน หักด้วยค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนแห่งการประกันในระหว่างปี เงินสำรองสิ้นปีมีส่วนในการคำนวณหาเงินสำรองต้นปีได้ และคำนวณเงินปันผลเช่นกัน

เงินสำรองเฉลี่ย (Mean Reserve) คือเงินสำรองต้นปีบวกด้วยเงินสำรองสิ้นปีแล้วหารด้วย 2 เงินสำรองเฉลี่ยใช้ในการแสดงฐานะการเงินของบริษัทในปีหนึ่ง ๆ ได้

การคำนวณเงินสำรอง (Methods of Determining the Reserve) แบ่งออกได้เป็น 2 วิธี คือ Prospective Method และ Retrospective Method

Retrospective Method เกิดจากการเก็บเบี้ยประกันแบบคงที่ ดังนั้นการคำนวณเบี้ยประกันตามวิธีนี้ หมายถึง Unearned Premium Reserve (เงินสำรองที่ถือว่าไม่ใช้รายได้ของบริษัทและบริษัทต้องเก็บไว้เมื่อสัญญายังมีผลบังคับอยู่และภัยยังไม่เกิดขึ้น)

Prospective Method หมายถึง วัตถุประสงค์ของเงินสำรอง วิธีนี้ถือกฎที่ว่า เงินสำรองประกันชีวิต คือจำนวนเงินแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินผลประโยชน์ในอนาคตกับมูลค่าปัจจุบันของเบี้ยประกันสุทธิในอนาคต หรือเงินสำรองเบี้ยประกันชีวิต เท่ากับจำนวนเงินทดแทนที่บริษัทต้องจ่ายในอนาคต หักออกด้วยเบี้ยประกันที่จะได้รับในอนาคต (มุกดา ไควกุล และ ประจวบ เพิ่มสุวรรณ. 158 : 2527)

1.12 มูลค่าเวนคืนเงินสละ (Cash Surrender Value)

มูลค่าเวนคืนเงินสด คือ จำนวนเงินที่บริษัทจะจ่ายคืนให้แก่ผู้เอาประกันจากเงินสำรองประกันชีวิต เมื่อมีการเลิกสัญญา ก่อนที่สัญญาจะสิ้นสุดบังคับตามกำหนด มูลค่าเวนคืนเงินสดสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ.-

$$\begin{aligned} \text{Cash Surrender Value} &= (P + I) - C \quad \text{เมื่อ} \\ P &= \text{Premium} \\ I &= \text{Investment} \\ C &= \text{Cost of Insurance} \end{aligned}$$

มูลค่าเวนคืนเงินสดเป็นส่วนหนึ่งของเงินสำรองที่กันไว้ต่างหาก และเป็นส่วนหนึ่งซึ่งบริษัทจะยอมให้ผู้เอาประกันกู้ได้แต่ต้องเสียดอกเบี้ย หรือถ้าผู้เอาประกันไม่สามารถจ่ายค่าเบี้ยประกัน บริษัทก็จะจ่ายให้จากมูลค่าเวนคืนเงินสดมาจ่ายค่าเบี้ยประกัน ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยเช่นเดียวกัน ผู้เอาประกันจะมีสิทธิได้รับมูลค่าเวนคืนเงินสด เมื่อสัญญามีผลบังคับตามแบบประกันที่บริษัทประกันชีวิตกำหนดไว้

1.13 วิธีการจัดจำหน่าย

การซื้อขายกรมธรรม์ประกันชีวิต จะแตกต่างจากการซื้อสินค้าอื่น ๆ เนื่องจากกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อน จำต้องอาศัยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญพิจารณาในการเลือกซื้อ การจัดจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิตที่ใช้อยู่มีดังนี้.-

1. ขายโดยผ่านตัวแทนประกันชีวิต
2. ขายโดยผ่านนายหน้าประกันชีวิต
3. ขายโดยตรงต่อผู้เอาประกัน
4. ขายโดยวิธีอื่น ๆ

4.1 ขายผ่านทางไปรษณีย์ โดยบริษัทประกันชีวิตจะประกาศโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และพิมพ์แบบฟอร์มให้ผู้สนใจกรอกข้อความแจ้งความจำนงค์ขอเอาประกันชีวิต แล้วส่งกลับไปยังบริษัททางไปรษณีย์ บริษัทจะรับประกันในวงเงินจำกัด

4.2 การขายในห้างสรรพสินค้า โดยกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ จะเป็นลูกค้าที่มาห้างสรรพสินค้า เป็นการให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค แต่โดยธรรมชาติของการประกัน

ชีวิตซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่มีความละเอียดซับซ้อน ดังนั้นการหาวิธีนี้จึงไม่ประสบผลสำเร็จเท่าใดนัก

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

สมพร สิ้นสมบูรณ์ (2525) พบว่า สังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในด้านความเป็นอยู่ของคนในสังคม ซึ่งต้องมีการแข่งขัน แข่งขัน เพื่อความอยู่รอด แต่ความตายก็เป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนกลัว ทั้งที่ทุกคนก็รู้ว่าจะต้องพบกับมัน ครอบครัวที่จะต้องขาดหัวหน้า ครอบครัว ต้องพบกับความลำบาก ดังนั้นจึงมีหน่วยงานของรัฐบาล เข้ามาให้ความช่วยเหลือครอบครัว ที่ต้องพบกับความยากลำบาก ขึ้นในรูปของสมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ สำหรับหน่วยงานเอกชนในรูปของการประกันชีวิต และสมาคมการประกันภัยการมรณภาพในประเทศไทยโดยที่รัฐควรจะเป็นผู้ดำเนินการ และออกกฎหมายบังคับให้ประชาชนทุกคน เข้าร่วมในโครงการ และสิ่งสำคัญของการประกันมรณภาพคือ ผู้เอาประกันจะไม่ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรง แต่ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงจะเป็นครอบครัวของผู้เสียชีวิต ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดกลายเป็นปัญหาของสังคมต่อไป (พนิดาและคนอื่น ๆ 2531 ; อ้างอิงมาจาก สมพร สิ้นสมบูรณ์. 2525)

วารุณี อินทนปสาธน์ (2526) พบว่า ธุรกิจประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยเป็นแหล่งระดมเงินทุนจากประชาชน มาเสริมสร้างการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว เนื่องจากมีระยะเวลาใช้คืนนานกว่าเงินทุนประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ธุรกิจประกันชีวิต ยังมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เพราะการประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ ที่ยังเกิดผลแน่นอน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ออมทรัพย์โดยการประกันชีวิต ได้รับประโยชน์ในวัยชรา หรือช่วยให้ครอบครัวของผู้ทำประกันชีวิตไม่ให้เดือดร้อนเมื่อบุคคลนั้นเสียชีวิต (พนิดา และคนอื่น ๆ 2531 ; อ้างอิงมาจาก วารุณี อินทนปสาธน์. 2526)

สัญญาประกันชีวิต มีลักษณะสัญญาที่เป็นเอกเทศแตกต่างจากสัญญาประเภทอื่น ๆ ทั่วไป ทั้งในด้านวิธีดำเนินการธุรกิจและกฎหมายที่ใช้บังคับ เป็นสัญญาฝ่ายเดียว ผู้รับประกันไม่สามารถบอกเลิกสัญญาได้ สัญญาดังกล่าวเมื่อคู่สัญญาได้ทำสัญญาประกันชีวิตแล้ว ผู้รับประกันจะออกเอกสารให้ ซึ่งเรียกว่า "กรมธรรม์" เนื่องจากวิธีดำเนินการธุรกิจ และกฎหมาย

บังคับใช้ในสัญญาประกันชีวิต ที่แตกต่างจากเอกเทศสัญญาอื่น ๆ ซึ่งส่งผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสัญญาประกันชีวิต ได้รับความเสียหายได้เช่นกัน และวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนจะชี้ให้เห็นถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหามาให้เหมาะสมกับสภาพในประเทศไทย โดยใช้หลักกฎหมายไทยเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายของต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และให้ธุรกิจประกันชีวิตเจริญก้าวหน้าต่อไป (พนิดา และคนอื่น ๆ 2531 ; อ้างอิงมาจาก วารุณี อินทนปสาธน์. 2528)

พิศมัย อัสวกิจวิรี (2528) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดังกล่าว รวมถึงบทบาทของ สำนักงานประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป จากการศึกษาพบว่าบริษัทที่รับประกันชีวิตแบบสามัญ จะมีลักษณะการดำเนินงานแตกต่างจากบริษัทที่รับประกันชีวิตแบบอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสินค้าที่จำหน่าย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเก็บเบี้ยประกัน การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การควบคุม และประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนผลตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ให้แก่พนักงาน และตัวแทน ในด้านความสนใจของประชาชนที่มีต่อการประกันชีวิตอยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน กฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตยังไม่รัดกุม เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การประกันชีวิตยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ปัญหาที่บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยต้องประสบอยู่คือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้บริหารส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ในด้านการตลาดบริษัทประกันจะให้ความสำคัญกับการขายมากกว่าการตลาด ประกอบกับยังขาดด้านการวิจัยตลาดอย่างเพียงพอ ทำให้การดำเนินงานขาดทิศทาง ด้านบุคลากร คุณภาพของตัวแทนยังไม่มีมาตรฐานเดียวกันการเข้าออกค่อนข้างสูง ประชาชนยังไม่เห็นประโยชน์ของการประกันชีวิต ด้านรัฐบาลและระเบียบกฎหมายที่ขัดแย้งต่าง ๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิตประกอบกับเจ้าหน้าที่ของรัฐยังขาดความรู้อย่างเพียงพอ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย บริษัทประกันชีวิตควรให้การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อมารองรับการขายตัวของธุรกิจ การบริหารการตลาดควรเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการ โดยเฉพาะด้านการวิจัยตลาดและส่งเสริมการขายควรให้ความ

สนใจกับคุณภาพของตัวทนอย่างจริงจัง ภาครัฐบาล บริษัทประกัน และตัวแทนประกันชีวิต ควรมีการร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญ และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการประกันชีวิต ตลอดจนรัฐบาลควร เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และปรับปรุงแก้ไขระเบียบกฎเกณฑ์ต่างให้เหมาะสมในธุรกิจประกันชีวิต

ผศ.ดร. สุทธิระ ปริษารัตน์ นาคสุทธิระ และ นาสสุทิน ศุภโรจน์ (2531) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติของลูกจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความคิดเห็นในด้านการประกันชีวิต และอิทธิพลของปัจจัยสำคัญบางอย่างที่มีต่อการทำประกันชีวิต เช่น อัตราดอกเบี้ย การโฆษณาทางสื่อมวลชน และตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้บุคคลทำประกันชีวิต พบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักการทำประกันชีวิตยังไม่มากนัก และคิดว่าการทำประกันชีวิตก็ คือเป็นการสร้างความมั่นคง และหลักประกันชีวิตให้ครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง นอกเหนือจากการฝากธนาคาร และยังพบว่า รายได้ อายุ ระดับการศึกษา และสภาพสมรสของลูกจ้างในสถานประกอบการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกัน หรือไม่ทำประกันชีวิตของลูกจ้าง ลูกจ้างในสถานประกอบการ มีข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงธุรกิจประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ประเภทของการประกันชีวิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่จะเน้นที่ตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมา ก็จะเป็นด้านโฆษณาทางสื่อมวลชน แนวทางแก้ไขคือ บริษัทประกันชีวิตควรนำเอาหลักการตลาดมาใช้ในธุรกิจประกันชีวิต ตัวแทนหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายควรพิจารณาคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ในการควบคุม และประเมินผลการทำงานเพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดการเข้าออก ควรมีการส่งเสริมและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนได้รู้จักบริษัทประกัน สินค้า โดยผ่านสื่อหรือตัวแทนก็ได้ สมาคมประกันชีวิตควรจะมีการเผยแพร่ข้อมูลและให้การศึกษาในเรื่องหลักการประกันชีวิต เรือกรังให้บริษัทประกันร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ของธุรกิจให้ดีขึ้น

ศรีสุกิจ อานาจารประเสริฐ (2531) ได้ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ เหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต คือ ต้องการ

ความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัว สาเหตุที่ยกเลิกทำประกันชีวิตคือ ชำระเบี้ยประกันต่อไปไม่ไหว และคนที่เคยทำไว้แล้วส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่มอีก เพราะยังไม่เห็นความจำเป็น และสาเหตุที่ผู้บริโภครื้อถอนไม่คิดที่จะทำประกันชีวิต เนื่องจากยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเอง และครอบครัว แต่ถ้าหากคิดจะทำประกันชีวิตก็จะเลือกซื้อโดยตรงกับบริษัทมากกว่าซื้อกับตัวแทน เพราะไม่ไว้วางใจตัวแทน ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มเห็นว่าควรปรับปรุงการประกันชีวิต ทุก ๆ ด้าน (โดยให้ข้อเสนอแนะที่สำคัญในแต่ละด้าน คือให้ตัวแทนทำงานเต็มเวลา มีความจริงใจ อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิดข้อเท็จจริง ตลอดจนบริการสม่ำเสมอ บริษัทควรลดอัตราเบี้ยประกันชีวิตให้ถูกกว่าเดิม และควรมีแบบของการประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกให้เหมาะสมกับตนเอง)

มาลินี เชษฐโชติศักดิ์ (2534) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย โดยวิธีอุปนัยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย ทั้งด้านจำนวนกรมธรรม์ มูลค่าเบี้ยประกันชีวิตรับสุทธิของประเทศไทยโดยอาศัยข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า จำนวนประชากร อัตราการตาย จำนวนตัวแทนประกันชีวิตและจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อปีก่อน หรือมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตเมื่อปีก่อน มีผลต่อการทำประกันชีวิต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่สูงมา.. ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนกรมธรรม์มากที่สุดคือ จำนวนประชากร รองลงมาคือ อัตราการตาย ผลการศึกษาสัดส่วนเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่าง ๆ จำแนกตามภูมิภาค พบว่า สัดส่วนของจำนวนประชากรต่อจำนวนกรมธรรม์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนมากที่สุด กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนต่ำสุด สัดส่วนของจำนวนกรมธรรม์ต่อจำนวนตัวแทน ภาคกลางมีสัดส่วนมากที่สุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนต่ำสุด และสัดส่วนมูลค่าเบี้ยประกันต่อจำนวนตัวแทน ของกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนมากที่สุด ภาคใต้มีสัดส่วนต่ำสุด โดยมีข้อเสนอแนะว่า รัฐบาลควรวางนโยบายส่งเสริมการประกันชีวิต เช่น การประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้กับบุคคลทั่วไป ควรบรรจุการประกันชีวิตลงในหลักสูตรการศึกษา

วุฒิชัย สุนทรสมัย (2534) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต โดยมีจุดมุ่งหมายหลักที่จะศึกษาถึงองค์ประกอบของบุคลิกภาพ ที่มีผลต่อที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต พฤติกรรมการสื่อสารที่ตัวแทนประกันชีวิตใช้ เพื่อโน้มน้าวให้ผู้มุ่งหวังมีความพึงพอใจในตัวแทน

ประกันชีวิต เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทำประกันชีวิตในที่สุด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน ของความน่าเชื่อถือพฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในตัวแทนประกันชีวิต ร่วมกันกับปัจจัยทางประชากรของผู้ทำประกันชีวิต และปัจจัยทางประชากร ของตัวแทนประกันชีวิต ผลการศึกษาสรุปได้ว่า สื่อบุคคลจัดเป็นสื่อหลักที่ช่วยให้ข้อมูลด้านการประกันชีวิต โดยตัวแทนประกันชีวิตจัดเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุด ปัญหาที่ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงมากที่สุด คือการอำนวยความสะดวกและให้บริการต่อผู้ทำประกันชีวิต สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิตควรคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยได้พิจารณาจากบุคคลิกภาพเป็นหลัก สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารของตัวแทน ควรใช้เทคนิคการฝึกอบรมที่เข้มข้น เน้นให้แสดงพฤติกรรมการสื่อสารที่นำไปสู่ความสอดคล้องมากกว่าพฤติกรรม การสื่อสารที่นำไปสู่ความไม่สอดคล้อง ควรให้การให้การบริการหลังการขายแก่ลูกค้าอย่าง เสมอต้น เสมอปลา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้.-

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดผู้บริโภครโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และผู้บริโภคร ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิต ในประเทศไทยเป็นผู้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ซึ่งได้กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 16 - 65 ปี จำนวน 3,637,611 ราย (รายงานสถิติ จำนวนประชากรรายจังหวัด กระทรวงมหาดไทย ปี 2536) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต โดยจะสำรวจผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 2,493,896 ราย

กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย 12 บริษัท ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,143,715 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างจากทุกเขตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 342 ตัวอย่าง มาจาก

$$(2493896 \times 500 = 342 \text{ ตัวอย่าง})$$

โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 91)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้บริโภคที่เคสทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 157 ตัวอย่าง มาจาก $(\frac{1143715 \times 500}{3837611} = 157 \text{ ตัวอย่าง})$

3837611

โดยขอรายชื่อจากบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย 12 บริษัท ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการของ สยามเน่ ตามตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 296)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้.-

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคสทำประกันชีวิต ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคสทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร วารสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

2. สร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมเนื้อหาตามความมุ่งหมายที่วางไว้

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมปริญญาโท เพื่อขอคำแนะนำและแก้ไข แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบปรับปรุงแก้ไข ความถูกต้อง ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) สำนวน และความชัดเจนของข้อความ

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริโภครายอื่นที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต และผู้บริโภครายที่ทำประกันชีวิต ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความชัดเจนของข้อความ

5. จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขโดยให้ประชาชนและกรรมการผู้ควบคุมปริญญาโท ตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

4. ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ชุด โดยแต่ละชุดแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงในช่อง [] หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านในปัจจุบัน

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. อายุ

[] 1. ต่ำกว่า 20 ปี

[] 2. 21 - 40 ปี

[] 3. 41 - 60 ปี

[] 4. 61 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

1. ท่านคิดมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการทำประกันชีวิต

- ☐ 1. สร้างความมั่นคงให้ตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว
- ☐ 2. ลมมทรัพย์อย่างหนึ่ง
- ☐ 3. ต้องใช้ระยะเวลาอันนานกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทน
- ☐ 4. เป็นการชั่งตนเอง
- ☐ 5. หลอกลวง เอาเปรียบลูกค้า
- ☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้านี้ ผู้วิจัยได้ไปแจกแบบสอบถามด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และได้จัดจ้างเจ้าหน้าที่อีกส่วนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน พฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2537 สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยทั้ง 12 บริษัท นั้น ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามไปให้ทางไปรษณีย์

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติดังต่อไปนี้

ค่าร้อยละ (Percent Ratio) โดยการหาค่าร้อยละของข้อมูลที่สามารถมาได้

$$\text{สูตร ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ของข้อมูล} \times 100}{\text{ความถี่รวม}}$$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกันในการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}^2$	แทน	ค่าที่คำนวณได้
k	แทน	จำนวนกลุ่ม
α	แทน	ที่ระดับนัยสำคัญ
df	แทน	ระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารังนี้ได้นำแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 ข้อมูลของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ชุดที่ 2 ข้อมูลของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการ

ทำประกันชีวิต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำ

ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ดังจะแสดงไว้ในตาราง 1

ตาราง 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และผู้บริโภค
ที่เคยทำประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนตัว	ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต		ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เพศ				
1. ชาย	153	47.8	72	45.6
2. หญิง	167	52.2	86	54.4
รวม	320	100.0	158	100.0
อายุ				
1. ต่ำกว่า 20 ปี	17	5.3	3	1.9
2. 21 - 40 ปี	252	78.8	118	74.7
3. 41 - 60 ปี	44	13.8	36	22.8
4. 61 ปีขึ้นไป	7	2.2	1	0.6
รวม	320	100.0	158	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

อาชีพ				
1. รับราชการ	40	12.5	26	16.5
2. พนักงานบริษัทเอกชน	165	51.6	73	46.2
3. รัฐวิสาหกิจ	56	17.5	42	26.6
4. ธุรกิจส่วนตัว	32	10.0	13	8.2
5. อื่น ๆ	27	8.4	4	2.5
รวม	320	100.0	158	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				
1. ต่ำกว่า 10,000	172	53.8	47	29.7
2. 10,001 - 20,000	100	31.2	71	44.9
3. 20,001 - 30,000	29	9.1	24	15.2
4. ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	19	5.9	15	9.5
* ไม่ระบุ	-	-	1	0.6
รวม	320	100.0	158	100.0
สถานภาพสมรส				
1. โสด	213	66.6	71	41.9
2. สมรส	98	30.6	82	51.9
3. หย่าร้าง	6	1.9	2	1.3
4. หม้าย	3	0.9	3	1.9
5. อื่น ๆ	-	-		
รวม	320	100.0	158	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ระดับการศึกษา				
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	167	52.2	65	41.1
2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	135	42.2	84	53.2
3. ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	14	4.4	8	5.1
4. ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า	3	3.3	1	0.6
* หมายถึง ไม่ระบุ	1	0.3	-	-
รวม	320	100.0	158	100.0

ชุดที่ 1 แบบสอบถามผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต
ข้อมูลแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ตาราง 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและ เป็นหลักประกันให้ครอบครัว	222	36.7
2. เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง	144	23.8
3. เป็นการลงทุนที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่า จะได้ผลประโยชน์ตอบแทน	144	23.8
4. เป็นการแข่งตนเอง	9	1.5
5. หลอกลวง เอาเปรียบลูกค้า	15	2.5
6. ไม่มีประโยชน์สำหรับตนเอง	14	2.3
7. ไม่ชอบ	43	7.1
8. อื่น ๆ	14	2.3
รวม	605	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย เกี่ยวกับ
 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิตโดยกำหนดให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 ปรากฏว่าได้รับคำตอบทั้งสิ้น 605 คำตอบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการ
 ประกันชีวิตส่วนใหญ่ว่าเป็นการสร้าง ความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว
 จำนวน 222 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา คือ เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง

จำนวน 144 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.8 เป็นการลงทุนอย่างหนึ่งที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทน จำนวน 144 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.8 และไม่ชอบจำนวน 43 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นอื่น ๆ ได้แก่

- บริษัทประกันไม่ปฏิบัติตามสัญญา	4 คำตอบ
- ผลประโยชน์น้อยกว่าฝากธนาคาร	2 คำตอบ
- เป็นการลงทุนที่เสี่ยง	1 คำตอบ
- เป็นธุรกิจมากเกินไป	2 คำตอบ
- ความน่าเชื่อถือน้อย	3 คำตอบ
- ไม่มีความรู้	2 คำตอบ
รวม	14 คำตอบ

ตาราง 3 บุคคลที่จะมีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

บุคคลที่มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ตัวแทน	10	3.1
2. บริษัทประกัน (ชื่อเสียงบริษัท)	19	5.9
3. คู่สมรส	53	16.6
4. ผู้ร่วมงาน	2	0.6
5. เพื่อน	3	0.9
6. ญาติ	67	20.9
7. บุตร	23	7.2
8. ตนเอง	132	41.3
9. คนที่เคยทำประกันกับบริษัทนั้นอยู่ก่อน	9	2.8
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	2	0.6
รวม	320	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า บุคคลที่มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คือ ตนเอง จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ญาติ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.9 และ คู่สมรส จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ

ตาราง 4 การติดต่อซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

การติดต่อซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ซื้อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง	169	52.8
2. ซื้อผ่านตัวแทนประกันชีวิต	151	47.2
รวม	320	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต มีความคิดเห็นว่า ถ้าต้องการทำประกันชีวิต เมื่อใดจะเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทชีวิตโดยตรง มีจำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.8 และซื้อผ่านตัวแทน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.2

ตาราง 5 เหตุผลที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง

เหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทประกัน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ไม่ไว้วางใจตัวแทน	78	24.4
2. คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าซื้อกับตัวแทน	49	15.3
3. ได้เห็นการโฆษณาของบริษัทประกัน	20	6.3
4. อื่น ๆ	20	6.3
รวม	167	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง จำนวน 169 ราย โดยมีผู้ตอบจำนวน 167 ราย มีเหตุผลในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต และ จำนวน 2 รายที่ไม่ระบุ

เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต เนื่องจากไม่ไว้วางใจตัวแทน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมาคือ คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าซื้อกับตัวแทน จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 เหตุผลการได้เห็นโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และเหตุผลอื่นๆ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3

สำหรับสาเหตุอื่น ๆ ได้แก่

- ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและมั่นใจได้มากกว่า 14 ราย
- ติดต่อได้ง่ายกว่า 4 ราย
- มีประสบการณ์มากกว่าตัวแทน 1 ราย
- ตัดความรำคาญตัวแทน 1 ราย

รวม 20 ราย

ตาราง 6 เหตุผลที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน

เหตุผลที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ไม่ต้องไปติดต่อเอง	25	16.7
2. คิดว่าจะได้รับคำแนะนำและการบริการที่ดีกว่า	52	34.7
3. ติดต่อได้ง่ายกว่าติดต่อกับบริษัทประกันชีวิต	48	32.0
4. คนรู้จักแนะนำมา	21	14.0
5. อื่น ๆ	4	2.6
รวม	150	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ 1 ราย

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน จำนวน 151 ราย โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย ให้เหตุผลเลือกซื้อกรมธรรม์จากตัวแทนขายประกันชีวิต และมีจำนวน 1 ราย ไม่ได้ระบุ

เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อกรมธรรม์จากตัวแทนขายประกันชีวิต เนื่องจากคิดว่าจะได้คำแนะนำและการบริการที่ดีกว่าติดต่อกับบริษัทประกันโดยตรง จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมา คือ ติดต่อได้ง่ายกว่าติดต่อกับบริษัทประกันชีวิต จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 และไม่ต้องไปติดต่อเอง 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับสาเหตุอื่น ๆ ได้แก่ - ให้บริการดีกว่าบริษัทประกันชีวิต 2 ราย
 - ทุกข้อรวมกันตามข้อ 1 - 4 2 ราย
 รวม 4 ราย

ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในปัจจุบัน

ความคิดเห็น	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ฐานะมั่นคง	184	43.4
2. ฐานะไม่มั่นคง	8	1.9
3. เอาเปรียบผู้บริโภค	116	27.4
4. ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก	60	14.1
5. ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม	39	9.2
6. อื่น ๆ	17	4.0
รวม	424	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภค ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต โดยกำหนดให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏว่าได้รับคำตอบทั้งสิ้น 424 คำตอบ และความคิดเห็นของผู้ตอบโดยที่ส่วนใหญ่ คือ ฐานะมั่นคง จำนวน 184 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคือ เอาเปรียบผู้บริโภค จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.4 และไม่ค่อยเป็นที่รู้จักจำนวน 60 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตได้แก่

- การบริการไม่มีประสิทธิภาพ 14 คำตอบ
- มีบริษัทประกันมากเกินไปจนไม่รู้จะเลือกทำบริษัทใด 1 คำตอบ
- รายละเอียดไม่แน่ชัด 1 คำตอบ
- เป็นที่รู้จักมากกว่าแต่ก่อน 1 คำตอบ
- รวม 17 คำตอบ

ตาราง 8 ความคิดเห็นในการออมทรัพย์สินของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตนอกเหนือจากการฝากธนาคาร

วิธีการออมนอกจากฝากธนาคาร	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ซื้อของมีค่า	87	27.2
2. ซื้อหุ้น	41	12.2
3. เก็บไว้กับตนเอง	44	13.8
4. เล่นแชร์	21	6.6
5. ทำประกันชีวิต	24	7.5
6. ซื้อสลากออมสิน	67	20.9
7. ออกเงินกู้	21	6.6
8. อื่น ๆ	12	3.8
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	3	0.9
รวม	320	100.0

จากตารางเห็นได้ว่า ความคิดเห็นในการออมทรัพย์สินนอกเหนือจากการฝากธนาคาร แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่คิดว่า จะออมทรัพย์สินโดย ซื้อของมีค่า จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ ซื้อสลากออมสิน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.9 และเก็บไว้กับตัวเอง จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ มีผู้ไม่ระบุ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9

ส่วนความคิดเห็นในการออมแบบอื่น ๆ ได้แก่

- ซื้อสิ่งหาทรัพย์สิน 7 ราย
- ลงทุน 5 ราย
- รวม 12 ราย

ตาราง 9 บริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภครู้ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตด้วย

บริษัทประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	88	27.5
2. บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันชีวิต จำกัด	1	0.3
3. บริษัท ไทยประสิทธิ์ประกันชีวิต จำกัด	15	4.7
4. บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด	13	4.1
5. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	35	10.9
6. บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด	3	0.9
7. บริษัท ไทยสมุทร ประกันภัย จำกัด	13	4.1
8. บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด	13	4.1
9. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	14	4.4
10. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด	9	2.4
11. บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด	2	0.6
12. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	106	33.1
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	8	2.5
รวม	320	100.0

จากตารางเห็นได้ว่าผู้บริโภครู้ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ถ้าหากคิดจะทำประกันชีวิตจะเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (A.I.A) จำนวน 106 รายคิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา คือ บริษัท ไทยประกัน จำกัด จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตาราง 10 เหตุผลที่ผู้บริโภคมองยังไม่ได้ทำประกันชีวิตเลือกที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
กับบริษัทประกันชีวิต (ตามตาราง 9)

เหตุผล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. บริษัทประกันชีวิตมีฐานะมั่นคง	185	35.5
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	117	22.5
3. มีแบบประกันที่ดี	82	15.7
4. คนรู้จักเป็นตัวแทน	63	12.1
5. คนรู้จักแนะนำ	26	5.0
6. คนรู้จักซื้อประกันกับบริษัทประกันชีวิตนั้นอยู่ก่อน	48	9.2
รวม	521	100.0

จากการสอบถามผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย เกี่ยวกับเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าจะเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต (ตามตาราง 9) โดยกำหนดให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏว่าได้รับคำตอบทั้งสิ้น 521 คำตอบ และ เหตุผลส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ บริษัทประกันชีวิตมีฐานะมั่นคง จำนวน 185 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี จำนวน 117 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมีแบบประกันที่ดีจำนวน 82 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตาราง 11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตามความคิดเห็นต่อการกำหนดให้ผู้บริโภคทุกคนทำประกันชีวิต

ความคิดเห็นหากกำหนดให้ทุกคนทำประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. เห็นด้วย	110	34.4
2. ไม่เห็นด้วย	149	46.6
* หมายถึง ไม่ระบุ	61	19.1
รวม	320	100.0

จากตารางจะเห็นว่า ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อการกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต คือไม่เห็นด้วย จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.6 และเห็นด้วย 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.4 และไม่ระบุ 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1

ตาราง 12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิต

ความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกัน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ทราบ	44	13.8
2. ไม่ทราบ	234	73.1
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	42	13.1
รวม	320	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิตนั้น นำไปพัฒนาประเทศอย่างไร จำนวน 234 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.1 ส่วนผู้บริโภคที่ทราบ มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และไม่ระบุจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1

ตาราง 13 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนขายประกันชีวิต

ความคิดเห็น	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ไม่มีความจริงใจต่อลูกค้า ขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น	159	27.4
2. มีความรู้เรื่องประกันชีวิตเป็นอย่างดี	53	9.1
3. มีความสามารถในการขาย	78	13.4
4. ไม่มีความรู้เรื่องประกันชีวิต	71	12.2
5. ตัวแทนทำเป็นงานอดิเรก ขายแล้วไม่มาบริการหลังการขาย	159	27.4
6. ช่วยสร้างสวัสดิการให้คนในสังคม	51	8.8
7. อื่น ๆ	10	1.7
รวม	581	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต โดยให้เลือกตอบได้มาก 1 ข้อ ปรากฏว่าได้รับคำตอบทั้งสิ้น 581 คำตอบ และความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ตัวแทนไม่มีความจริงใจต่อลูกค้าขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น จำนวน 159 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.4 และ ตัวแทนทำเป็นงานอดิเรก ขายแล้วไม่บริการหลังการขาย จำนวน 159 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ ตัวแทนมีความสามารถในการขาย จำนวน 78 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.4 และตัวแทนไม่มีความรู้เรื่องประกันชีวิตคือ จำนวน 71 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.2

สำหรับความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่

- ความรับผิดชอบของตัวแทนมีน้อย 1 คำตอบ
- บริการไม่ค่อยดี 1 คำตอบ
- ไม่มีมาตรฐานเดียวกัน 3 คำตอบ
- คล่องเกินไปจนไม่น่าไว้วางใจ 1 คำตอบ
- ชอบรบเร้าลูกค้า 4 คำตอบ
- รวม 10 คำตอบ

ตาราง 14 สาเหตุที่ผู้บริโภครยังไม่ได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต

สาเหตุที่ผู้บริโภครยังไม่ได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
1. ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว	103	18.3
2. ไม่เชื่อถือตัวแทนที่มาติดต่อเสนอขาย	58	10.3
3. คิดว่าตนเองมีสุขภาพดีไม่จำเป็นต้องทำประกันชีวิต	35	6.2
4. เอาเงินไปลงทุนด้านอื่นดีกว่า	63	11.2
5. ไม่เชื่อถือบริษัทประกัน ยิ่งยากในการติดตามผลประโยชน์	78	13.9
6. ไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกันชีวิต	115	20.5
7. ไม่จำเป็นต้องทำ เพราะถ้าเกิดอุบัติเหตุก็มีเงินจ่ายค่ารักษาเองได้	21	3.7
8. ยังไม่พบบริษัทประกันที่ทำให้เกิดความมั่นใจ	61	10.9
9. อื่น ๆ	28	5.0
รวม	562	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภครที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำนวน 320 ราย เกี่ยวกับสาเหตุที่ผู้บริโภครยังไม่ได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยกำหนดให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อปรากฏว่า ได้รับคำตอบทั้งสิ้น 562 คำตอบ คำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นส่วนใหญ่คือ ไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกัน จำนวน 115 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว จำนวน 103 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.3 และไม่เชื่อถือบริษัทที่ยากในการติดตามผลประโยชน์ จำนวน 78 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

สำหรับสาเหตุอื่น ๆ ได้แก่		
- บริการไม่ดี	4	คำตอบ
- มีหลักประกันอย่างอื่นอยู่แล้ว	15	คำตอบ
- คิดว่าไม่มีความเสี่ยง	7	คำตอบ
- ไม่ชอบ	2	คำตอบ
รวม	28	คำตอบ

ตาราง 15 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

สิ่งที่ควรปรับปรุง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ตัวแทน	60	18.8
2. แบบประกัน	17	5.3
3. อัตราเบี้ยประกัน	52	16.3
4. การโฆษณาทางสื่อมวลชน	23	7.2
5. การให้บริการของบริษัทประกันชีวิต	78	24.4
6. การให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต	50	15.6
7. อื่น ๆ	34	10.6
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	8	1.9
รวม	320	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต มีข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงมากที่สุด คือ การให้บริการของบริษัทประกันชีวิตจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมาคือ ตัวแทน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.8 และอัตราเบี้ยประกัน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3

สำหรับสาเหตุอื่นที่ผู้บริโภคเลือกตอบ คือ ควรปรับปรุงทุก ๆ ด้าน

ชุดที่ 2 แบบสอบถามผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคสทำประกันชีวิต
ข้อมูลแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคสทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ตาราง 16 ความคิดเห็นผู้บริโภคที่เคสทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและ เป็นหลักประกันให้ครอบครัว	115	72.8
2. เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง	21	13.3
3. เป็นการลงทุนที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่า จะได้ผลประโยชน์ตอบแทน	19	12.0
4. เป็นการแข่งตนเอง	1	0.6
5. หลอกหลวง เอาเปรียบลูกค้า	2	1.3
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิตส่วนใหญ่
คิดว่า เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว จำนวน 115
ราย คิดเป็นร้อยละ 72.8 ราย รองลงมาคือ เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง จำนวน 21
ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ เป็นการลงทุนที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะได้รับผล
ประโยชน์ตอบแทน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตาราง 17 ประโยชน์ที่ผู้บริโภครู้สึกว่าเคยทำประกันชีวิตคาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทน	43	13.3
2. คุณภาพการรักษายาบาลที่ดีขึ้น	30	9.3
3. ประหยัดค่ารักษายาบาล	33	10.2
4. ไม่ได้รับประโยชน์อะไรเลย	5	1.5
5. นำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษี	48	14.8
6. สร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้กับครอบครัว	110	34.0
7. มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามชรา	49	15.0
8. อื่น ๆ	6	1.9
รวม	324	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภครู้สึกว่าเคยทำประกันชีวิต เกี่ยวกับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิต โดยให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏว่าได้รับคำตอบทั้งสิ้น 324 คำตอบ และประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิต โดยส่วนใหญ่คือ เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว จำนวน 110 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.0 สำหรับประโยชน์ด้านอื่น ๆ ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิตคือ

- ได้รับเงินคืนพร้อมดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดในสัญญา 3 คำตอบ
- เป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้จ่ายในอนาคต 3 คำตอบ
- รวม 6 คำตอบ

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละอัตราเบี้ยประกันที่ผู้บริโภคมักกับบริษัทประกันชีวิต
เฉลี่ยต่อปี

อัตราเบี้ยประกัน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	73	48.2
2. ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท	65	41.1
3. ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท	5	3.2
4. ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	15	9.5
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักเบี้ยประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิต ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงปีละ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คือ ช่วง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.1 และเบี้ยประกันชีวิต ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตาราง 19 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ตัวแทน	44	27.8
2. บริษัทประกันชีวิต	14	8.9
3. ผู้ร่วมงาน	7	4.4
4. เพื่อน	5	3.2
5. ญาติ (พ่อ แม่ พี่ น้อง)	43	27.2
6. คู่สมรส	14	8.9
7. บุตร	20	12.7
8. อื่น ๆ	11	7.0
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า บุคคลที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต มากที่สุด คือ ตัวแทนขายประกันชีวิต มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา คือญาติ ซึ่งได้แก่ พ่อ แม่ พี่ น้อง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 และบุตร จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ สำหรับบุคคล อื่น ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภคได้แก่

- ตนเอง 10 ราย
 - คนที่เคยทำประกันอยู่ก่อน 1 ราย
- รวม 11 ราย

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

การติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. จากตัวแทนประกันชีวิต	140	88.6
2. จากบริษัทประกันชีวิต	18	11.4
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ คิดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จากตัวแทนประกันชีวิตเป็นจำนวนถึง 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.6 และซื้อจาก บริษัทประกันชีวิต 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตัวแทนที่มาติดต่อขายประกันชีวิต

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครกับตัวแทน	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้จักกับตัวแทน เป็นการส่วนตัว	86	61.4
2. ตัวแทนมาขอพบโดยไม่รู้จักและไม่มีใครแนะนำมา	3	2.1
3. คนรู้จักแนะนำมา	51	36.5
รวม	140	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตจากตัวแทน จำนวน 140 ราย นั้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครกับตัวแทนที่มาเสนอขาย โดยส่วนใหญ่จะรู้จักกันเป็นการส่วนตัว มีจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ คนรู้จักแนะนำมา จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 และตัวแทนมาขอพบด้วยตนเองจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แนะนำตัวแทนมาหากรรมการธรรม์ประกันชีวิตให้กับ
ผู้บริโภค

ความสัมพันธ์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. เจ้าหน้าที่ธนาคาร/สถาบันการเงิน	6	11.8
2. ครู-อาจารย์	-	-
3. เพื่อนร่วมงาน	28	54.9
4. ญาติ (พ่อ แม่ พี่ น้อง)	12	23.5
5. บุตร	-	-
6. อื่น ๆ	4	7.8
* หมายถึง ไม่ระบุ	1	2.0
รวม	51	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกทำประกันชีวิตกับตัวแทนหาประกันชีวิต จำนวน 140 ราย และในจำนวนนี้มีผู้บริโภคที่ติดต่อซื้อกรมธรรม์จากตัวแทน โดยมีคนรู้จักตัวแทนแนะนำมา จำนวน 51 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่แนะนำตัวแทนมาในฐานะเพื่อนร่วมงาน จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ ญาติ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 และเจ้าหน้าที่ ธนาคาร สถาบันการเงิน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 ราย

สำหรับความสัมพันธ์อื่น ๆ ได้แก่

- ลูกค้าหรือคนที่ติดต่องานกันอยู่	2 ราย
- หัวหน้างาน	1 ราย
- เพื่อนสมัยเรียนด้วยกัน	1 ราย
รวม	4 ราย

ตาราง 24 จำนวนครั้งที่ตัวแทนมาติดต่อกับผู้บริหารที่เคยทำประกันชีวิตก่อนตกลงซื้อกรมธรรม์

จำนวนครั้ง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. หนึ่งครั้ง	41	29.3
2. สองครั้ง	43	30.7
3. มากกว่าสองครั้ง	46	32.9
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	10	7.1
รวม	140	100.0

จากการสอบถามผู้บริหารที่เคยทำประกันชีวิต โดยซื้อผ่านตัวแทน เกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ตัวแทนมาติดต่อก่อนปิดการขายนั้น ส่วนใหญ่ตัวแทนมาติดต่อมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมา 2 ครั้ง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7

ตาราง 25 เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต

เหตุผลที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ไม่ไว้วางใจตัวแทน	4	22.2
2. คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าซื้อกับตัวแทน	5	27.8
3. ได้เห็นการโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต	3	16.7
4. เกรงว่าจะมีปัญหาลงมาภายหลังเมื่อคิดต่อตัวแทนไม่ได้	5	27.8
5. อื่น ๆ	1	5.5
รวม	18	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อกรมธรรม์จากบริษัทประกันชีวิตจำนวน 18 ราย ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ ที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต เนื่องจาก คิดว่าจะได้ผลประโยชน์มากกว่าติดต่อกับตัวแทน มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 และเกรงว่าจะมีปัญหาภายหลังเมื่อคิดต่อตัวแทนไม่ได้ มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือไม่ไว้วางใจตัวแทน จำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลอื่น ๆ คือ มั่นใจได้มากกว่าติดต่อกับตัวแทน จำนวน 1 ราย

ตาราง 26 เหตุผลที่ผู้ประกอบการทำประกันชีวิตตัดสินใจทำประกันชีวิต

เหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. บริษัทมีฐานะมั่นคง	70	22.8
2. ผลประโยชน์ตอบแทนดี	42	13.7
3. มีแบบประกันที่ดีและน่าสนใจ	48	15.6
4. คนรู้จักเป็นตัวแทน	88	28.7
5. อัตราเบี้ยประกันไม่สูง	27	8.8
6. พอใจตัวแทน	19	6.2
7. อื่น ๆ	13	4.2
รวม	307	100.0

จากการสอบถามผู้ประกอบการที่เคยทำประกันชีวิตจำนวน 158 ราย เกี่ยวกับเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยกำหนดให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อปรากฏว่า ได้รับคำตอบทั้งสิ้น 307 คำตอบ และเหตุผลส่วนใหญ่คือ คนรู้จักเป็นตัวแทนของบริษัท จำนวน 88 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.7 เหตุผลรองลงมาคือ บริษัทมีฐานะมั่นคง จำนวน 70 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.8 มีแบบประกันที่ดีและน่าสนใจจำนวน 48 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลอื่น ๆ ได้แก่

- ความเกรงใจ 5 คำตอบ
- เป็นหลักประกันให้ครอบครัว 4 คำตอบ
- เป็นบริษัทประกันที่อยู่ในการติดต่อของบริษัทที่ทำงานอยู่ 3 คำตอบ
- เป็นตัวแทนขายประกันชีวิตเอง 1 คำตอบ

รวม 13 คำตอบ

ตาราง 27 สภาพผลบังคับกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

ผลบังคับของกรมธรรม์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ยังมีผลบังคับ	122	77.2
2. ยกเลิกกรมธรรม์แล้ว	36	22.8
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำประกันชีวิตแล้วนั้น กรมธรรม์ส่วนใหญ่ จะยังมีผลบังคับอยู่เป็นจำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.2 และยกเลิกกรมธรรม์ จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.8

ตาราง 28 เหตุผลที่ผู้บริโภคดีเคยทำประกันชีวิตยกเลิกทำประกันชีวิต

เหตุผลที่ยกเลิกกรมธรรม์	จำนวน	ร้อยละ
1. การส่งเบี้ยประกันชีวิตเป็นภาระหนักเกินไป	12	33.3
2. ฐานะทางการเงินดีขึ้นจนคิดว่าการทำประกันชีวิต ไม่มีความจำเป็นต้องทำต่อไป	6	16.7
3. ภาระทางด้านภาษีหรือการค้าประกัน	-	-
4. ไม่พอใจการบริการของบริษัทประกันชีวิต	7	19.4
5. ไม่พอใจการบริการของตัวแทนประกันชีวิต	5	13.9
6. ตัวแทนเปลี่ยนบริษัทหรือเลิกขายประกันชีวิต	1	2.8
7. รู้สึกว่าแบบประกันไม่เหมาะสมกับตนเอง	2	5.6
8. ตัวแทนเก็บเบี้ยแล้วไม่นำส่งบริษัท	-	-
9. ไม่เห็นประโยชน์ของการทำประกันชีวิต แต่ที่ได้ทำไว้ เพราะเห็นแก่ตัวแทนหรือคนที่แนะนำ	3	8.3
10. อื่น ๆ	-	-
รวม	36	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคดีเคยทำประกันชีวิตแล้วยกเลิกกรมธรรม์แล้วนั้น เหตุผลส่วนใหญ่ที่ยกเลิกกรมธรรม์ คือการส่งเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไป มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือไม่พอใจการบริการของบริษัทประกันชีวิต จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเหตุผลที่ฐานะทางการเงินดีขึ้นจนคิดว่าการทำประกันชีวิตไม่มีความจำเป็นต้องทำต่อ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของผู้ทำประกันชีวิต จำแนกตามความคิดเห็นของผู้บริโภค
เกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. คิด	37	23.4
2. ไม่คิด	82	51.9
3. ไม่แน่ใจ	39	24.7
รวม	158	100.0

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ ไม่คิดจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 และคิดที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มอีก มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.4

ตาราง 30 เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตคิดที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม

เหตุผลที่คิดจะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ต้องการเพิ่มหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	27	73.0
2. พอใจในการบริการของตัวแทน	2	5.4
3. พอใจในการบริการของบริษัทประกันชีวิต	2	5.4
4. ต้องการได้รับการลดหย่อนภาษีเพิ่ม	3	8.1
5. พอใจแบบประกันแบบใหม่ที่ตัวแทนมาเสนอขาย	2	5.4
6. เกรงใจตัวแทน	-	-
7. สืบเนื่องจากการกู้ยืมหรือค้ำประกันวงเงินเพิ่ม	1	2.7
8. อื่น ๆ	-	-
รวม	37	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตจำนวน 158 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 37 ราย มีความคิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม โดยมีเหตุผลส่วนใหญ่คือ ต้องการเพิ่มหลักประกันให้กับตนเอง และครอบครัวจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือต้องการได้รับการลดหย่อนภาษีเพิ่ม จำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 8.1 และพอใจในการบริการของตัวแทนมาเสนอขายจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตาราง 31 เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่ม

เหตุผลที่ไม่คิดจะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ไม่พอใจการบริการของตัวแทน	12	15.0
2. ไม่พอใจการบริการของบริษัทประกันชีวิต	5	6.3
3. ไม่มีความจำเป็นต้องซื้อเพิ่มอีก	34	42.5
4. เท่าที่ซื้อไว้เดิมก็เป็นภาระที่หนักอยู่แล้ว	17	21.2
5. ต้องการนำไปลงทุนด้านอื่น	12	15.0
6. อื่น ๆ	-	-
รวม	80	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ 2 ราย

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย มีที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 82 ราย ไม่มีความคิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม โดยมีเหตุผลส่วนใหญ่เนื่องจาก ไม่มีความจำเป็นต้องซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มอีก จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ เท่าที่ซื้อกรมธรรม์ไว้เดิมก็เป็นภาระที่หนักอยู่แล้ว จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 และเหตุไม่พอใจบริการของตัวแทนขายประกันชีวิต จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ต้องนำเงินไปลงทุนในด้านอื่น จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำแนกตาม
ความคิดเห็นต่อกรณีหากกำหนดให้ผู้บริโภคทุกคนทำประกันชีวิต

ความคิดเห็นของผู้บริโภคหากกำหนด ให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. เห็นด้วย	71	44.9
2. ไม่เห็นด้วย	49	31.0
* หมายถึง ไม่ระบุ	38	24.1
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นว่า ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็น
กรณีหากกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต คือ เห็นด้วย จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ
44.9 และ ไม่เห็นด้วย จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 และไม่ระบุจำนวน 38
ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับ
เบี้ยประกันที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิต

ความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกัน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ทราบ	31	19.6
2. ไม่ทราบ	98	62.0
* หมายถึง ไม่ระบุ	29	18.4
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิตนั้น มีส่วนช่วยนำไปพัฒนาประเทศอย่างไร จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 ส่วนผู้บริโภคที่ทราบนั้นมีจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และไม่ระบุจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ตาราง 35 เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ต้องการความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว	110	69.6
2. ต้องการออมทรัพย์	5	3.2
3. พอใจตัวแทนที่มาเสนอขาย	9	5.7
4. พอใจอัตราเบี้ยประกันชีวิต	2	1.3
5. พอใจแบบของการประกันชีวิต	6	3.8
6. ต้องการนำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษี	3	1.9
7. ประโยชน์ด้านการรักษาพยาบาล	14	8.9
8. เหตุอื่น ๆ	9	5.7
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ เคยทำประกันชีวิต คือ การสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวมีจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ ประโยชน์ด้านการรักษาพยาบาล จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.9 และพอใจตัวแทนที่มาเสนอขาย 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

เหตุจูงใจอื่น ๆ ได้แก่

- เกรงใจตัวแทน 5 ราย
- รู้จักกับตัวแทน 3 ราย
- เป็นตัวแทนเอง 1 ราย
- รวม 9 ราย

ตาราง 36 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. ตัวแทน	44	27.8
2. แบบประกัน	14	8.9
3. อัตราเบี้ยประกัน	20	12.7
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์	7	4.4
5. การบริการของตัวแทนประกันชีวิต	24	15.2
6. การบริการของบริษัทประกันชีวิต	43	27.2
7. อื่น ๆ	4	2.5
* หมายเหตุ ไม่ระบุ	2	1.3
รวม	158	100.0

จากตารางจะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดในการทำประกันชีวิต คือ ตัวแทนขายประกันชีวิต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ การบริการของบริษัทประกันชีวิต จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 และการบริการของตัวแทน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นอื่น ๆ คือควรปรับปรุงทุกด้านตามข้อ 1-6 รวมกัน

ตาราง 37 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการที่ผู้บริโภคต้องการได้รับจากตัวแทน

ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับตัวแทน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1. อธิบายในหลักการประกันชีวิตให้ลูกค้าเข้าใจโดยละเอียดก่อนเปิดการขาย	68	16.4
2. อธิบายรายละเอียดของแบบประกันทุกแบบที่ตัวแทนเสนอขาย	43	10.4
3. รับผิดชอบในการเก็บเบี้ยประกันจากลูกค้าแล้วนำส่งบริษัท	61	14.7
4. อธิบายถึงเอกสารชี้และเงื่อนไขของกรมธรรม์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า	59	14.2
5. มีการเชื่อมโยงติดต่อให้บริการลูกค้าหลังจากส่งมอบกรมธรรม์แล้ว	92	22.2
6. มีความซื่อสัตย์	81	19.5
7. อื่น ๆ	11	2.6
รวม	415	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำนวน 158 ราย เกี่ยวกับการบริการของตัวแทนขายประกันชีวิต โดยให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏได้รับคำตอบทั้งสิ้น 415 คำตอบ และข้อเสนอแนะการบริการของตัวแทน ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ คือ มีการเชื่อมโยงติดต่อให้บริการลูกค้าหลังจากส่งมอบกรมธรรม์แล้ว จำนวน 92 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมาคือควรมีความซื่อสัตย์ จำนวน 81 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.5 และควรอธิบายในหลักการประกันชีวิตให้ลูกค้าเข้าใจโดยละเอียดก่อนเปิดการขาย จำนวน 68 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตามลำดับ

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการของตัวแทนที่ผู้บริโภคร้องการด้านอื่น ๆ ได้แก่

- | | |
|---|----------|
| - ตัวแทนควรมีความรับผิดชอบมากกว่าที่เป็นอยู่ | 3 คำตอบ |
| - ตัวแทนควรมีมารยาทมากกว่าปัจจุบัน | 1 คำตอบ |
| - ส่งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าทราบเป็นระยะ ๆ | 7 คำตอบ |
| รวม | 11 คำตอบ |

ตาราง 38 สรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต
จากจำนวนผู้บริโภคจำนวน 320 ราย

ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค	ความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
1. ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	-เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว	36.7
2. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำประกันชีวิต	-ตนเอง	41.3
3. การติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	-ซื้อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง	52.8
4. เหตุผลที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง	-ไม่ไว้วางใจตัวแทน	24.4
5. เหตุผลที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน	-คิดว่าจะได้คำแนะนำและการบริการที่ดีกว่า	34.7
6. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ในปัจจุบัน	-ฐานะมั่นคง	43.4
7. ความคิดเห็นในการออมทรัพย์สินของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตนอกเหนือจากการฝากธนาคาร	-ซื้อของมีค่า	27.2
8. บริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตด้วย	-บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	33.1

ตาราง 38 (ต่อ)

9. เหตุผลที่ผู้บริโภครู้สึกยังไม่ได้ทำประกันชีวิตเลือกที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต กับบริษัทประกันชีวิต ตามตาราง 9	-บริษัทประกันมีฐานะมั่นคง	35.5
10. แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตามความคิดเห็น ต่อการกำหนดให้ผู้บริโภคทุกคนทำประกันชีวิต	-ไม่เห็นด้วย	46.6
11. แสดงร้อยละของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิต	-ไม่ทราบ	73.1
12. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต	-ไม่มีความจริงใจต่อลูกค้า ขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น และทำเป็นงานอดิเรก ขายแล้วไม่มาบริการหลังการขาย	27.4 27.4
13. สาเหตุที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต	-ไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกันชีวิต	20.5
14. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	-การให้บริการของบริษัทประกันชีวิต	24.4

ตาราง 39 สรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต
จากจำนวนผู้บริโภคจำนวน 158 ราย

ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค	ความคิดเห็น	คิดเป็นร้อยละ
1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต	-เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว	72.8
2. ประโยชน์ที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตคาดว่าจะได้รับจากการทำประกันชีวิต	-สร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว	34.0
3. แสดงจำนวนและร้อยละอัตราเบี้ยประกันที่ผู้บริโภคฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิตเฉลี่ยต่อปี	-ต่ำกว่า 10,000 บาท	46.2
4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต	-ตัวแทน	27.8
5. แสดงจำนวนและร้อยละในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต	-จากตัวแทนประกันชีวิต	88.6
6. เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิต	-พอใจในผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิต	44.8
7. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตัวแทนมาติดต่อขายประกันชีวิต	-รู้จักตัวแทนเป็นการส่วนตัว	61.4
8. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แนะนำตัวแทนมาขายกรมธรรม์ประกันชีวิตให้กับผู้บริโภค	-เพื่อนร่วมงาน	54.9

ตาราง 39 (ต่อ)

9. จำนวนครั้งที่ตัวแทนมาติดต่อกับผู้ บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตก่อน ตกลงซื้อกรมธรรม์	-มากกว่าสองครั้ง	32.9
10. เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต	-คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มาก กว่าซื้อกับตัวแทน และ -เกรงว่าจะมีปัญหาภายหลัง เมื่อติดต่อตัวแทนไม่ได้	27.8 27.8
11. เหตุผลที่ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตตัด สินใจทำประกันชีวิต	-คนรู้จักเป็นตัวแทน	28.7
12. สภาพผลบังคับกรมธรรม์ประกันชีวิต ของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต	-ยังมีผลบังคับ	77.2
13. เหตุผลที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกัน ชีวิตยกเลิกทำประกันชีวิต	-การส่งเบี้ยประกันเป็นภาระหนัก เกินไป	33.3
14. จำนวนและร้อยละของผู้ทำประกัน ชีวิต จำแนกตามความคิดเห็นของผู้ บริโภคเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตเพิ่ม	-ไม่มีคิด	51.9
15. เหตุที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำประกัน ชีวิตคิดที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เพิ่ม	-ต้องการหลักประกันให้กับตนเอง และครอบครัว	73.0
16. เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคที่เคยทำ ประกันชีวิตไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตเพิ่ม	-ไม่ความจำเป็นต้องซื้อเพิ่มอีก	42.5

ตาราง 39 (ต่อ)

17. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต จำแนก ตามความคิดเห็นต่อกรณีหากกำหนด ให้ผู้บริโภคทุกคนทำประกันชีวิต	- เห็นด้วย	44.9
18. แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภคที่ เคยทำประกันชีวิต จำแนกตาม ความรู้เกี่ยวกับเบี้ยประกันที่ฝากไว้ กับบริษัทประกันชีวิต	- ไม่ทราบ	62.0
19. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำ ประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนขายประกัน ชีวิต	- ทำเป็นงานอดิเรกจึงไม่มีเวลา บริการหลังการขาย	33.5
20. เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจ ทำประกันชีวิตของผู้บริโภค	- ต้องการความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว	69.6
21. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุง มากที่สุดในการทำประกันชีวิตของผู้ บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต	- ตัวแทน	27.8
22. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการที่ผู้ บริโภคต้องการได้รับจากตัวแทน	- มีการเชื่อมโยงติดต่อให้บริการ ลูกค้าหลังจากส่งมอบกรมธรรม์	22.2

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอให้มีการปรับปรุงในการทำประกันชีวิต

จากการสอบถามผู้บริโภค จำนวน 478 ราย ซึ่งเป็นแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว จำนวน 158 ราย

ปรากฏว่าผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากข้อคำถามแบบปลายเปิดจากกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดกลับมา จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.1 จำนวนคำตอบที่ได้รับ 153 คำตอบ และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดกลับมา จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.8 ข้อเสนอแนะที่ได้รับ 144 คำตอบ รายละเอียดแสดงในตาราง 40-41

ตาราง 40 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอให้ทำประกันชีวิตต้องการให้มีการปรับปรุง

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	ความถี่ (คำตอบ)	ร้อยละ
1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตัวแทน และการบริการของตัวแทน		
1.1 ตัวแทนควรมีความซื่อสัตย์ ทั้งต่อบริษัทประกันและผู้เอาประกัน	5	3.3
1.2 ตัวแทนควรมีความจริงใจ มิใช่ขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิชชั่นเพียงอย่างเดียว หรือพูดเพียงเพื่อขายประกันให้ได้อย่างเดียวโดยมิได้บอกถึงผลดี ผลเสียที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพพจน์ให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และไว้วางใจ	25	16.3
1.3 ตัวแทนควรได้รับการอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตเป็นอย่างดี มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ	6	3.9
1.4 ตัวแทนจะต้องมีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	2	1.3

ตาราง 40 (ต่อ)

1.5 ตัวแทนควรมีจรรยาบรรณในการทำงาน ทั้งด้านการขาย และการบริการให้สูงกว่านี้ โดยเลิกพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้ การขายผิดเงื่อนไข, การพูดจาโจมตีคู่แข่ง การพูดไม่ถูกต้องกับความจริงเพื่อให้ตนเองขายสินค้าได้ การขายโดยอาศัยอิทธิพล เช่นกรณีหัวหน้างานบังคับให้ลูกน้องซื้อประกันชีวิต และเจ้าหน้าที่บังคับให้ลูกน้องทำประกันชีวิต เหล่านี้ เป็นต้น	8	5.2
1.6 ตัวแทนควรมีมารยาทในการขาย เข้าใจภาวะเศรษฐกิจ และเหตุผลของลูกค้า มิใช่รีบเร่ง ยัดเยียดให้ลูกค้าซื้อประกันชีวิต ซึ่งเป็นผลเกิดความเบียดเบียนตัวแทน และมองภาพพจน์ตัวแทนไปในทางไม่ดี	11	7.2
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตและการบริการของบริษัทประกันชีวิต		
2.1 บริษัทประกันชีวิตควรมีความจริงใจต่อลูกค้า ปฏิบัติตามเงื่อนไขตามที่ตกลงกันโดยไม่ชักช้า หรือดึงเวลาในการจ่ายสินไหม	13	8.5
2.2 บริษัทประกันชีวิตควรลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ยุ่งยาก ลำบาก และซับซ้อน ลงเพื่อให้การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว กว่าที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะด้านการเคลม การจ่ายสินไหม การมรณกรรม และการรับปันผล ทั้งนี้เพื่อความสะดวกทั้งต่อบริษัทประกันชีวิต และผู้บริโภค	14	9.1
2.3 บริษัทประกันชีวิต ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกด้านความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบให้กับตัวแทนขายประกันชีวิต และสอดส่องพฤติกรรมของตัวแทนอย่างใกล้ชิด เข้มงวด	6	3.9

ตาราง 40 (ต่อ)

2.4 บริษัทประกันชีวิต ควรสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในด้านการจ่ายสินไหมและด้านการบริการลูกค้า	9	5.9
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิต		
3.1 เบี้ยประกันชีวิต ควรจะถูกลงกว่าปัจจุบัน เพื่อผู้บริโภคที่มีระดับรายได้น้อยสามารถซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้	18	11.8
3.2 ควรมีการปรับปรุงผลประโยชน์จากการฝากเบี้ยประกันชีวิตให้สูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าการฝากโดยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแล้วไม่คุ้มเท่ากับการออมทรัพย์สินประเภทอื่น ๆ	10	6.5
4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแบบของการประกันชีวิต		
4.1 ควรมีแบบประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครอง และผลประโยชน์ตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับลูกค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากขึ้น และไม่มีความรู้สึกว่าการทำประกันชีวิตเป็นการสูญเปล่า ถึงแม้ว่าจะไม่เกิดเหตุก็ตาม	5	3.3
4.2 แบบของการประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการคืนทุนไม่นานเกินไป ควรมีแบบประกันที่ได้รับเงินคืนเร็ว หรือแบบประกันที่ได้รับเงินคืนทุนกลับมาบ้าง ซึ่งจะไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเงินจม สู้ไปลงทุนด้านอื่นไม่ได้	4	2.6
4.3 ปรับปรุงแบบประกันใหม่ ๆ โดยเน้นประโยชน์ของผู้บริโภคที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิตเป็นสำคัญ	3	2.0
5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์		
5.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประกันชีวิตไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตเท่านั้น ควรเน้นที่ ตัวสินค้าที่แตกต่าง ข้อดีและข้อเสียของการ	5	3.3

ตาราง 40 (ต่อ)

ทำประกันชีวิตด้วย เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า การทำประกันชีวิตที่แท้จริงเป็นอย่างไร คืออะไร ทำแล้วได้รับผลอย่างไรบ้าง 5.2 สื่อที่ใช้ในการโฆษณาเกี่ยวกับการประกันชีวิต ควรมี ทั้งสื่อทางทีวี วิทยุวารสารเผยแพร่ หนังสือพิมพ์ เหล่านี้ เป็นต้น	9	5.9
รวม	153	100.0

ตาราง 41 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกว่าควรทำประกันชีวิตต้องการให้มีการปรับปรุง

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่ควรทำประกันชีวิต	ความถี่ (คำตอบ)	ร้อยละ
1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตัวแทน และการบริการของตัวแทน		
1.1 ตัวแทนควรมีความซื่อสัตย์ ทั้งต่อบริษัทประกัน และผู้เอาประกัน	7	4.9
1.2 ตัวแทนควรมีความจริงใจ มิใช่ขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิชชั่นเพียงอย่างเดียว หรือพูดเพียงเพื่อขายประกันให้ได้อย่างเดียวโดยมิได้บอกถึงผลดี ผลเสียที่ลูกค้าจะได้รับ ความจริงใจ เป็นการสร้างภาพพจน์ให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และไว้วางใจ	15	10.4
1.3 ตัวแทนควรได้รับการอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตเป็นอย่างดี เพื่อสามารถตอบข้อซักถาม และแก้ปัญหาเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตให้ลูกค้าได้	4	2.8
1.4 ตัวแทนจะต้องมีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	2	1.4
1.5 ตัวแทนควรมีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การบริการด้านการติดตามสินไหม หรือดูแลผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรจะได้รับจากการทำประกันชีวิต โดยเฉพาะเวลาเกิดอุบัติเหตุ หรือมรณกรรม	4	2.8
1.6 ตัวแทนควรเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในอาชีพทั้งใน การบริการ และการขาย การบริการที่สม่ำเสมอ ก่อน และหลังการขาย การดูแลมิใช่เฉพาะปีแรก ๆ ควรดูแล ต่อไปด้วย การให้คำแนะนำใหม่ ๆ การให้ของชำร่วยบ้างตามความเหมาะสม ตามเทศกาลต่าง ๆ	7	4.9

ตาราง 41 (ต่อ)

1.7 ตัวแทนควรมีจรรยาบรรณในการทำงาน ทั้งด้านการขาย และการบริการให้สูงกว่านี้ โดยเลิกพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้ การขายผิดเงื่อนไข การพูดจาโจมตีคู่แข่ง การพูดไม่ถูกต้องกับความจริงเพื่อให้ตนเองขายสินค้าได้ การขายโดยอาศัยอิทธิพล เช่นกรณีหัวหน้างานบังคับให้ ลูกน้องซื้อประกันชีวิต และเจ้าหน้าที่บังคับให้ลูกน้องทำประกันชีวิต เหล่านี้ เป็นต้น	5	3.5
1.8 ตัวแทนควรมีมารยาทในการขาย เข้าใจภาวะเศรษฐกิจ และเหตุผลของลูกค้า มิใช่รับเหมา ชักเยียดให้ลูกค้าซื้อประกันชีวิต ซึ่งเป็นผลเกิดความเบื่อหน่ายตัวแทน และมองภาพพจน์ตัวแทนไปในทางไม่ดี	8	5.5
1.9 ตัวแทนควรรายขายประกันเป็นอาชีพหลัก มากกว่าทำเป็นงานอดิเรก เพื่อที่จะมีเวลาบริการลูกค้า และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น	14	9.7
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตและการบริการของบริษัทประกันชีวิต		
2.1 บริษัทประกันชีวิตควรมีความจริงใจต่อลูกค้า ปฏิบัติตามเงื่อนไขตามที่ตกลงกันโดยไม่ชักช้า หรือดึงเวลาในการจ่าย	8	5.5
2.2 บริษัทประกันชีวิตควรลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ยุ่งยาก ค่าเช่า และซับซ้อน ลงเพื่อให้การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว กว่าที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะด้านการเคลม การจ่ายสินไหม การมรดกกรรม และการรับปันผล ทั้งนี้เพื่อความสะดวกทั้งต่อบริษัทประกันชีวิต และผู้บริโภค	10	6.9

ตาราง 41 (ต่อ)

2.3 บริษัทประกันชีวิตควรมีการจัดอบรมพนักงานประจำสำนักงานของบริษัท ให้มีความพร้อมที่จะบริการลูกค้า หรือผู้เอาประกันที่เข้าไปติดต่อ และสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า อธิบายหลักการประกันชีวิตให้ลูกค้าเข้าใจ ได้โดยไม่ว่าเป็นต้องรอแต่เพียงตัวแทนเท่านั้นที่จะสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าได้	3	2.1
2.4 บริษัทประกันชีวิตควรมีการจัดอบรมตัวแทนให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถทั้งในด้านการขาย มารยาทการขาย และจรรยาบรรณของตัวแทน เพื่อจะได้เป็นตัวแทนที่มีคุณภาพในสังคม (ไม่ควรเน้นเฉพาะเทคนิคการขายให้ได้เพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงผลเสียอย่างอื่น)	2	1.4
2.5 บริษัทประกันชีวิตควรมีหน่วยงานสำหรับรับให้คำปรึกษาตลอดจนรับทำประกันชีวิตจากผู้นับถือโดยตรง โดยไม่ผ่านตัวแทนหรือนายหน้าประกันชีวิต เพื่อที่ก่อให้เกิดความมั่นใจให้กับผู้นับถือ มากกว่าติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับตัวแทนเหมือนในปัจจุบัน	2	1.4
2.6 บริษัทประกันชีวิตควรมีการจัดส่งเอกสารหรือวารสาร ซึ่งเป็นข้อมูลและรายละเอียดใหม่ ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิต ส่งให้กับลูกค้าและผู้มุ่งหวังทราบ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่บริษัทประกันชีวิต มิใช่มีการแจ้งเฉพาะรายการ เช่น การแจ้งเก็บเบี้ยประกัน หรือทางเบี้ยประกัน เท่านั้น	1	0.7
2.7 บริษัทประกันชีวิต ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกด้านความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบให้กับตัวแทนขายประกันชีวิต และสอดส่องพฤติกรรมของตัวแทนอย่างใกล้ชิด เข้มงวด	4	2.8

ตาราง 41 (ต่อ)

2.8 บริษัทประกันชีวิต ควรมีหน่วยงานที่รับแจ้งเหตุ ประสานงานให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้ามีปัญหา หรือติดต่อ เข้ามาขอรับบริการต่าง ๆ ไม่ควรบอกปิดให้ไปติดต่อ สาขาสันสังกัด ซึ่งทำให้เกิดความไม่ประทับใจในการ บริการของบริษัทฯ	1	0.7
2.9 บริษัทประกันชีวิต ควรสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าใน ด้านการจ่ายสินไหมและด้านการบริการลูกค้า	8	5.5
2.10 บริษัทประกันชีวิต ควรมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อสร้าง ค่านิยมและความมั่นคงให้กับผู้บริโภค และภาพพจน์ที่ดี แก่บริษัทฯ	1	0.7
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเบี้ยประกันชีวิต		
3.1 เบี้ยประกันชีวิต ควรจะถูกลงกว่าปัจจุบัน เพื่อผู้บริโภค ที่มีระดับรายได้น้อยสามารถซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้ โดยเฉพาะในแบบประกันชีวิตที่มีการคืนทุนเร็ว ส่วนแบบ ของการประกันชีวิตที่มีอัตราเบี้ยประกันต่ำ ส่วนใหญ่จะ เป็นแบบประกันที่มีเงื่อนไขในกรมธรรม์ไม่ค่อยน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยยังไม่คิดจะทำประกันชีวิต แต่ไปออมทรัพย์ในรูปแบบอื่นแทน	9	6.2
3.2 ควรมีการปรับปรุงผลประโยชน์จากการฝากเบี้ยประกัน ชีวิตให้สูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่า การฝากโดยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแล้วไม่คุ้มเท่ากับ การออมทรัพย์ประเภทอื่น ๆ	7	4.9
3.3 ควรลดค่าคอมมิสชั่นของตัวแทนลง เพื่อที่อัตราเบี้ย ประกันชีวิตที่บริษัทกำหนดจะได้มีอัตราถูกลง ผู้บริโภคที่มี รายได้น้อยจะได้มีโอกาสทำประกันชีวิตได้	3	2.1

ตาราง 41 (ต่อ)

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแบบของการประกันชีวิต		
4.1 ความมีแบบประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครอง และผลประโยชน์ตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับลูกค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากขึ้น และไม่มีความรู้สึกว่าการทำประกันชีวิตเป็นการสูญเปล่า ถึงแม้ว่าจะไม่เกิดเหตุก็ตาม	4	2.8
4.2 แบบของการประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการคืนทุนไม่นานเกินไป ความมีแบบประกันที่ได้รับเงินคืนเร็ว หรือแบบประกันที่ได้รับเงินคืนทุนกลับมาบ้าง ซึ่งจะไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเงินจม สู้ไปลงทุนด้านอื่นไม่ได้	4	2.8
4.3 แบบของการประกันชีวิต ส่วนใหญ่เมื่อยกเลิกกรมธรรม์ก่อนกำหนดจะได้รับเงินคืน หรือมูลค่าการเวนคืนต่ำมาก ซึ่งทางบริษัทควรปรับปรุงแบบประกันชีวิต ให้ได้รับคืนหรือมูลค่าเงินเวนคืนสูงกว่าในปัจจุบัน และปรับปรุงผลประโยชน์ให้น่าสนใจ เพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่รู้สึกว่า หากยกเลิกกรมธรรม์แล้วด้วยเหตุผลต่าง ๆ เงินที่ส่งไปจะไม่สูญเปล่าหรือทำประกันชีวิตแล้วไม่คุ้ม มีแต่จะขาดทุน ซึ่งเป็นผลให้ไม่อยากจะทำประกันชีวิต	3	2.1
4.4 ปรับปรุงแบบประกันใหม่ ๆ โดยเน้นประโยชน์ของผู้บริโภคที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิตเป็นสำคัญ	2	1.4
5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์		
5.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประกันชีวิต ไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตเท่านั้น ควรเน้นที่ตัวสินค้าที่แตกต่างข้อดีและข้อเสียของการทำประกันชีวิตด้วย เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า การทำประกันชีวิตที่แท้จริงเป็นอย่างไร คืออะไร ทำแล้วได้รับผลอย่างไรบ้าง	3	2.1

ตาราง 41 (ต่อ)

5.2 สื่อที่ใช้ในการโฆษณาเกี่ยวกับการประกันชีวิต ควรมีทั้งสื่อ ทางทีวี วิทยุวารสารแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ เหล่านี้ เป็นต้น	1	0.7
5.3 บริษัทประกันชีวิตทุก ๆ บริษัท ควรร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ ของการประกันชีวิตให้ดีขึ้น เช่น เข้าไปมีส่วนร่วมในสังคม ทำให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปเกิดความมั่นใจมากขึ้น	2	1.4
รวม	144	100.0

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการกล่าวถึง ผลสำคัญของงานวิจัยโดยสรุปทั้งหมด รวมทั้งการอภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสนับสนุนให้การทำประกันชีวิตเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะขึ้นประโยชน์ต่อผู้บริโภค บริษัทประกันชีวิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทน สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และเหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้กระทำกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคโดยทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 320 ราย และ กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว จำนวน 158 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต และ แบบสอบถาม ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยสร้างแบบสอบถามขึ้นเป็น 2 ชุด แต่ละชุดจะประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้.-

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต ในแต่ละข้อคำถามจะกำหนดให้เลือกตอบได้ 1 ข้อ ยกเว้นข้อที่ระบุว่า เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร บางส่วน และจัดจ้างเจ้าหน้าที่อีกส่วนหนึ่ง จำนวนแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้บริโภครังที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่งออกไปทั้งสิ้น 381 ชุด ได้รับคืนและสมบูรณ์ 320 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84.0 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว ส่งแบบสอบถามออกไปทั้งสิ้น 165 ชุด ได้รับคืนและสมบูรณ์จำนวน 158 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.8 ของแบบสอบถามที่ส่งออกไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงตามลักษณะที่ต้องการ นำมาแยกวิเคราะห์ตามกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มผู้บริโภครังที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต
2. กลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มาแยกวิเคราะห์ตามรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็น ของผู้บริโภครังที่มีต่อการทำประกันชีวิต

โดยนำมาหาค่าร้อยละของความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปผลจากข้อมูลของผู้บริโภครังทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภครังที่ไปรังที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้.-

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 52.2 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 54.4 ตามลำดับ
2. ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 40 ปี โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 74.7 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 22.8
3. ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 51.6 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 46.2
4. ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่มีรายได้ออยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.8 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีรายได้ออยู่ในช่วง 10,001 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.9
5. ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 66.6 และผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 51.9
6. ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.2 และผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 53.2

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต

1. ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการทำประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 36.7 และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 72.8

2. บุคคลที่มีส่วนร่วม หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภครู้ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต กรณีหากคิดจะทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 41.3 สำหรับบุคคลที่มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต คือ ตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 27.8

3. การติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่คิดว่าถ้าหากจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตคิดว่าจะติดต่อซื้อกับบริษัทประกันโดยตรงไม่ผ่านตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 52.8 เนื่องจากไม่ไว้วางใจตัวแทนที่มาติดต่อเสนอขาย และส่วนน้อยที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับตัวแทนขายประกัน เนื่องจากคิดว่าจะได้รับคำแนะนำ และการบริการที่ดีกว่าติดต่อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง

การติดต่อซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ติดต่อซื้อกับตัวแทนขายประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 88.6 เนื่องจากพอใจผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิต ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนที่มาติดต่อขายประกันส่วนใหญ่จะรู้จักกับตัวแทน และเหตุผลรองลงมาคือ คนรู้จักแนะนำมา ซึ่งคนที่แนะนำมานั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนร่วมงานจึงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจทำประกันชีวิต

4. ความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตเกี่ยวกับการออมทรัพย์สินนอกเหนือจากการฝากธนาคาร โดยส่วนใหญ่คิดว่าจะออมทรัพย์สินในรูปของการซื้อของมีค่า คิดเป็นร้อยละ 27.2 และความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดว่าจะเลือกทำประกันชีวิตด้วยเป็นส่วนใหญ่ คือ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (เอ.ไอ.เอ.) คิดเป็นร้อยละ 33.1

5. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีความคิดว่า บริษัทประกันชีวิตมีฐานะมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 35.5

และสำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ นั้น เหตุผลส่วนใหญ่ คือ คนรู้จักเป็นตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 28.7

6. ผลบังคับของกรมธรรม์ประกันชีวิต ของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ยังมีผลบังคับอยู่ คิดเป็นร้อยละ 77.2 และเหตุผลส่วนใหญ่ที่ยกเลิกกรมธรรม์ เนื่องจากการส่งเบี้ยประกันชีวิต เป็นภาระที่หนักเกินไป คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว ส่วนใหญ่จะไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม เนื่องจากคิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อเพิ่มอีก

7. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต กรณีหากมีการกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 46.6 สำหรับผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว ส่วนใหญ่จะเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 44.9

ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า เบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิตนั้น มีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศชาติอย่างไรคิดเป็นร้อยละ 73.1 และ 62.0 ตามลำดับ

8. ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับตัวแทนขายประกันชีวิต ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่คิดว่า ตัวแทนไม่มีความจริงจังต่อลูกค้าขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น และตัวแทนทำเป็นงานอดิเรก ขายแล้วไม่มาบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 27.4 และสำหรับผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตแล้ว ส่วนใหญ่คิดว่า ตัวแทนขายประกันชีวิตเป็นงานอดิเรก จึงไม่มีเวลามาดูบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 33.5

9. สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่คือ ไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 20.5 และเหตุผลใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ส่วนใหญ่คือ ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

10. ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต คือ การให้บริการของบริษัทประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 24.4 และสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต สิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุด คือ ตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 27.8

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการของตัวแทนที่ผู้บริโภคที่เคยทำประกันต้องการส่วนใหญ่ คือ ตัวแทนควรมีการเชื่อมโยงติดต่อให้บริการลูกค้าหลังจากส่งมอบกรมธรรม์ให้ลูกค้าแล้ว คิดเป็นร้อยละ 22.2

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปผลการวิจัยเพื่อนำไปสู่การอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 36.7 และสำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือ ตัวแทนไม่มีความจริงจังต่อลูกค้า ขาดเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น และตัวแทนขายประกันชีวิตเป็นงานอดิเรก ทำให้ขายแล้วไม่มาบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 27.4 ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่เนื่องมาจากไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 20.5

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 72.8 และสำหรับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือ ตัวแทนทำเป็นงานอดิเรกจึงไม่มีเวลามารับบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 33.5 ส่วนเหตุผลใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ คือ ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 69.6

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพอจะสรุปประเด็นไปสู่การอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทำประกันชีวิต และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว รองลงมา คือ เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. 2530 : 104 พบว่า ความมั่นคงปลอดภัยและมีหลักประกัน เป็นความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

รองลงมาคือ ต้องใช้เวลาานกว่าจะได้ผลประโยชน์ พนิกา และคนอื่น ๆ. 2531 : 27
ทัศนคติของลูกจ้างในสถานประกอบการที่มีต่อการประกันชีวิต คือ เป็นการสร้างความมั่นคง
ให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต คือ
ตัวแทนส่วนใหญ่ขายประกันชีวิตเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิชชั่น ขายแล้วไม่มาบริการหลังการขาย
และทำเป็นงานอดิเรก จึงไม่มีเวลามารับการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนาง
วรประเสริฐ. 2530 : 110 พบว่า ตัวแทนขายประกันชีวิตเป็นงานอดิเรกเท่านั้น

สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ยังไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่าย
เบี้ยประกันชีวิต รองลงมาคือ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว ซึ่งผลการ
วิจัยของ ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. 2530 : 93 พบว่า สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจ
ทำประกันชีวิต เนื่องจากยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับครอบครัว อาจเป็นเพราะว่าในอดีต
การประกันชีวิตยังไม่เป็นที่นิยม ... ผู้บริโภคจึงมองไม่เห็นความจำเป็น ที่จะต้องทำประกันชีวิต
แต่ในปัจจุบันการประกันชีวิตนับว่ามีความสำคัญกับคนในสังคม และคนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับ
เรื่องของการประกันชีวิตดีขึ้น และมีการบรรจุการประกันชีวิตลงในหลักสูตรการเรียนการสอน
แต่เนื่องด้วยอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ฝัากับบริษัทประกันชีวิตอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ทำให้ผู้มีรายได้น้อย
หรือปานกลาง ยังไม่สามารถทำประกันชีวิตได้

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่
มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตว่าเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลัก
ประกันให้ครอบครัว อันดับรอง คือ เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ
ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. 2530 : 74 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำ
ประกันชีวิต ความมั่นคงปลอดภัยที่ทำให้ครอบครัวมีหลักประกัน เป็นความคิดเห็นส่วนใหญ่ของ
ผู้บริโภค รองลงมา คือ เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง (พนิกา และคนอื่น ๆ. 2531 : 27)
ทัศนคติของลูกจ้างของลูกจ้างในสถานประกอบการ ส่วนใหญ่คิดว่าการทำประกันชีวิตคือการ
สร้างความมั่นคงและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต คือ ตัวแทน
ส่วนใหญ่ทำเป็นงานอดิเรก จึงไม่มีเวลามารับการหลังการขาย ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ.
2530 : 76 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแทนคือช่วยสร้างสวัสดิการให้สังคม ซึ่งอาจจะเป็น

เพราะว่า ในอดีตผู้บริโภคมักจะหาประกันชีวิตส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตัวแทนนั้นมีส่วนช่วยสร้างสวัสดิการให้กับสังคม เพราะถ้ามีผู้ทำประกันชีวิตมากขึ้นก็จะส่งผลให้คนในสังคมมีการออมทรัพย์เพิ่มขึ้น ช่วยลดภาระของรัฐ และสามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยสูญเสียชีวิตของหัวหน้าครอบครัว แต่ปัจจุบันตัวแทนส่วนใหญ่ขายประกันเป็นงานอดิเรก เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ดังนั้น จึงเกิดปัญหาในภายหลังเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย

เหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค คือ ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ, 2530 : 67 พบว่า ความต้องการสร้างความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัวเป็นเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านตัวแทนและการบริการของตัวแทน

- ตัวแทนควรได้รับการอบรม เกี่ยวกับการประกันชีวิตเป็นอย่างดี สามารถตอบข้อซักถามของผู้บริโภคได้โดยถูกต้องและมั่นใจ ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

- ตัวแทนควรมีจรรยาบรรณ มารยาทในการขาย และความจริงจังในการทำงาน

- ตัวแทนควรมีความรับผิดชอบ บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการติดตามผลงานหลังการขายสินค้าไปแล้ว

- ตัวแทนควรขายประกันชีวิตเป็นงานหลักมากกว่าเป็นงานอดิเรก

- บริษัทประกันควรมีบทลงโทษ ตัวแทนที่กระทำผิด

2. ด้านบริษัทประกันชีวิต และการบริการของบริษัทประกันชีวิต

- บริษัทประกันควรมีความจริงจังต่อลูกค้า ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด และรวดเร็ว

- ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ยุ่งยาก และซับซ้อนลง จ่ายสินไหมได้ง่ายขึ้น

- บริษัทประกันควรมีการจัดอบรม พนักงานประจำสำนักงาน และฝ่ายขายไว้

สำหรับบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความซื่อสัตย์ความรับผิดชอบต่อ
กับพนักงาน

- บริษัทประกันชีวิตควรมีหน่วยงานสำหรับให้คำปรึกษา ตลอดจนรับทำประกัน
ชีวิต จากผู้บริโภครโดยตรง โดยไม่ผ่านทางตัวแทน หรือผู้บริโภครที่คิดจะทำประกันชีวิต โดย
ไม่ต้องซื้อผ่านตัวแทนให้ติดต่อเข้ามาได้ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจได้มากกว่าติดต่อกับตัวแทน

- บริษัทประกันชีวิตควรมีบริการด้านจัดส่งเอกสาร วารสาร ข้อมูลข่าวสาร
ใหม่ ๆ ให้ผู้เอาประกันทราบความเคลื่อนไหวของการประกันชีวิต

- บริษัทประกันชีวิตควรมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อสร้างค่านิยมความมั่นคงให้
กับผู้บริโภค และภาพพจน์ที่ดีให้แก่บริษัท

3. ด้านเบี้ยประกันชีวิต

- เบี้ยประกันชีวิตควรถูกลงกว่าปัจจุบัน เพื่อผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยสามารถ
ทำประกันชีวิตได้

- ควรมีการปรับปรุงผลประโยชน์จากการฝากเบี้ยประกันให้สูงขึ้นใกล้เคียง
กับการฝากธนาคาร เพื่อผู้บริโภคจะได้หันมาออมทรัพย์สินในรูปการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น

- ควรลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการทำประกันชีวิต ซึ่งจะส่งผลให้อัตราเบี้ย
ประกันชีวิตถูกลง เช่น การลดค่าคอมมิสชั่นของตัวแทน ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจ
ประกันชีวิตมากขึ้น และเป็นผลดีกับผู้บริโภค

4. ด้านแบบของการประกันชีวิต

- ควรมีแบบประกันให้ลูกค้าเลือกได้หลายแบบ โดยให้ความคุ้มครองและ
ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่า น่าสนใจ ระยะเวลาการฝากเบี้ยประกันชีวิตไม่นานจนเกินไป
และได้รับเงินคืนทุนกลับมาบ้าง เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีเงินหมุนเวียนออกมาให้ใช้บ้าง

- แบบของการประกันชีวิตควรมีการเพิ่มอัตราเงินเวนคืนเมื่อยกเลิกกรมธรรม์
ให้สูงกว่าปัจจุบัน เพราะจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ง่ายขึ้น

- ควรมีการปรับปรุงแบบประกัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
และทันสมัย

5. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประกันชีวิต ควรมุ่งเน้นที่ตัวสินค้ามากกว่ามุ่งเฉพาะชื่อเสียงของบริษัทเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค
- สื่อที่ใช้ในการโฆษณาควรมีทั้ง ทางทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจการประกันชีวิตได้อย่างทั่วถึง
- บริษัทประกันชีวิตควรเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมเพื่อสร้างความมั่นคง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในบริษัทประกันชีวิตมากขึ้น

6. ด้านรัฐบาล

- รัฐบาลออกกฎหมายควบคุมบริษัทประกันชีวิตโดยเข้มงวด คัดกรอง และให้เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เมื่อถูกเอารัดเอาเปรียบจากบริษัทประกัน และตัวแทนประกันชีวิต
- รัฐบาลมีการลดหย่อนอัตราเบี้ยประกันชีวิตให้สูงกว่าปัจจุบัน เพื่อเป็นการส่งเสริมและจูงใจให้ผู้บริโภคทำประกันชีวิตมากขึ้น
- รัฐบาลมีบริษัทประกันชีวิตที่เป็นของรัฐบาลเอง เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้มีโอกาสเลือกได้มากขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้นด้วย

จากปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้บริโภค ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้บริหารของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คงจะร่วมมือกันแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และในอนาคตคงจะมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ต้องการออมทรัพย์โดยการทำประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลของการศึกษาวิจัย ทักษะคดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต นั้น เป็นการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผลที่ได้จะเป็นผลการศึกษาเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นในอนาคตต่อไปควรทำการวิจัยทั่วทั้งประเทศ เพื่อทราบถึงทัศนคติของประชาชนทั้งประเทศที่มีต่อการประกันชีวิตโดยรวม และจำนวนกลุ่มตัวอย่างควรจะมากกว่านี้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี

2. จากผลของการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ผู้
 บริโภคต้องการให้รัฐเข้าไปมีบทบาทในการควบคุมบริษัทประกันชีวิตอย่างเข้มงวด สำหรับ
 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อการจัดตั้งบริษัท
 ประกันชีวิตที่เป็นของรัฐบาล ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาระดับของอัตราเบี้ยประกัน การบริการ
 ให้เหมาะสม และยุติธรรมสำหรับผู้บริโภคทั่วไป และเกิดการแข่งขันที่สมบูรณ์แบบ

מדנהאפדנ

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาหลักการประกันภัย. หลักการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.
- คณะกรรมการค้นคว้าวิชาการ. คู่มือวิชาประกันภัย. กรุงเทพฯ: สมาคมประกันวินาศภัยประจำปี, 2529-2530.
- จิตติ ตั้งศัภย์. คำอธิบายว่าด้วยกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยบัญชีเดินสะพัดประกันภัยและตัวเงิน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2456.
- ชาญวิทย์ เทียมบุญประเสริฐ. วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2525.
- ชูเกียรติ ประมูลผล. คำบรรยายหลักการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2527.
- พิศมัย อัสวกิจวิรี. การศึกษาการจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2530.
- พินิดา สุขจิระ ปรีษารัตน์ นาคสุขจิระ และ สุกิน สุกโรจน์. การศึกษาทัศนคติของลูกจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์, 2531.
- มานิจ จันทรโรจนานนท์. ประกันชีวิตอย่างง่าย. กรุงเทพฯ: ชรรคมลการพิมพ์, 2536.
- มาลินี เชษฐ์โชติศักดิ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2534.

วุฒิชัย สุนทรสมัย. ปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลใน
การโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2534.

สรีนครินทร์วิโรฒ. มหาวิทยาลัย คู่มือการเขียนรายงานภาคินพนธ์และปริญญานิพนธ์. กรุงเทพฯ
การพิมพ์, 2521.

ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อการทำประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

สุชา จันทรเฒ และ สุรางค์ จันทรเฒ. หลักการศึกษาคิจตวิทยาหลักการสอน.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แพรวพิทยา, 2517.

สุธรรม พงศ์สำราญและคณะ. หลักการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิชย์, 2521.

สมาคมประกันชีวิตไทย. คู่มือตัวแทนประกันชีวิต. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตรีสาร, 2535

_____. รายงานสถิติจำนวนประชากร กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย,
2535.

_____. รายงานสถิติจำนวนประชากร กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย,
2536.

_____. รายงานสถิติผู้เอาประกัน กรุงเทพฯ : ฝ่ายสถิติวิชาการ กรมประกันภัย
กระทรวงพาณิชย์, 2527.

_____. รายงานสถิติผู้เอาประกัน กรุงเทพฯ : ฝ่ายสถิติวิชาการ กรมประกันภัย
กระทรวงพาณิชย์, 2535.

_____. รายงานสถิติผู้เอาประกัน กรุงเทพฯ : ฝ่ายสถิติวิชาการ กรมประกันภัย
กระทรวงพาณิชย์, 2536

ส่วนวิชาการ/ศูนย์ฝึกอบรม บริษัทไทยประกันชีวิต. ความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติประกัน
ชีวิต 2535/11, กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.,ม.ป.ป.

ពាក្យស្នើសុំ

ภาคผนวก ก

ความร้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535

คำนิยาม

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ.2535"

มาตรา 3 ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ.2510

มาตรา 4 พระราชบัญญัตินี้มิให้ใช้บังคับแก่การประกอบธุรกิจประกันชีวิตของธนาคารออมสิน ตามกฎหมายว่าด้วยธนาคารออมสิน

บริษัท หมายความว่า บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด ที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัตินี้ และหมายความรวมถึงสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตในราชอาณาจักรตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย

สำนักงานใหญ่ หมายความว่า รวมถึง สำนักงานสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตในราชอาณาจักรตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย

การประกอบธุรกิจประกันชีวิต หมายความว่า รวมถึง การประกอบธุรกิจประกันต่อด้วย

เงินกองทุน หมายความว่า ทรัพย์สินส่วนที่เกินกว่าหนี้สินของบริษัท ตามราคาประเมินทรัพย์สิน และหนี้สินของบริษัทที่ประเมินตามพระราชบัญญัตินี้

ตัวแทนประกันชีวิต หมายความว่า ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

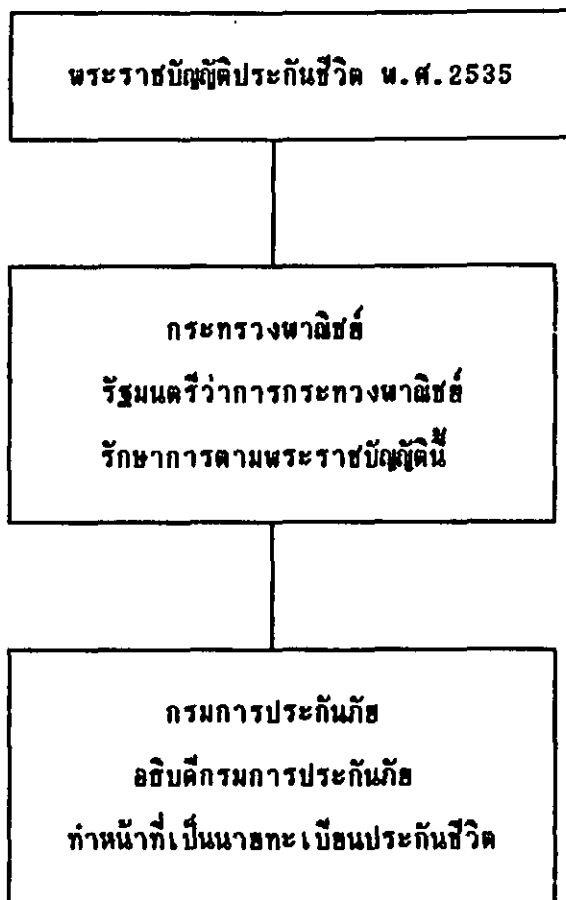
นายหน้าประกันชีวิต หมายความว่า ผู้ซึ่งหรือจัดการให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท โดยกระทำเพื่อบำเหน็จเนื่องจากการนั้น

กองทุน หมายความว่า กองทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิต

พนักงานเจ้าหน้าที่ หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

นายทะเบียน หมายความว่า อธิบดีกรมการประกันภัย หรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมการประกันภัยมอบหมาย
รัฐมนตรี หมายความว่า รัฐมนตรี ผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 6 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ กับออกกฎกระทรวง กำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราในบัญชีท้ายพระราชบัญญัตินี้กับออกประกาศตามบทแห่งพระราชบัญญัตินี้ กฎกระทรวง และประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้



พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ว่าด้วย

- บริษัท
- การควบคุมบริษัท
- การเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต
- ตัวแทนประกันชีวิต และนายหน้าประกันชีวิต
- บทกำหนดโทษ
- บทเฉพาะกาล

1. หลักการควบคุมบริษัท

วัตถุประสงค์ของการประกาศใช้พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ก็เพื่อควบคุมบริษัทประกันชีวิตให้ดำเนินการ โดยแฟ่งเล็งถึงผลประโยชน์ของผู้เอาประกันชีวิต มิให้ดำเนินการไปในทางเล็งกำไรและเดือดร้อนต่อผู้เอาประกัน เพราะการประกันชีวิต นอกจากจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทางการเงินแก่ผู้เอาประกันแล้ว ยังเป็นสถานการณ์การเงินที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการของบริษัทเป็นไปอย่างถูกต้องจึงจำเป็นต้องมีกฎหมายควบคุมบริษัท ซึ่งพอจะแยกสาระสำคัญของการควบคุมบริษัทได้ 5 ประการ คือ

1. เพื่อความมั่นคงในฐานะการเงินและการดำเนินงานของบริษัท
2. เพื่อให้สัญญาประกันภัยเกิดความเป็นธรรม
3. เพื่อให้เบี้ยประกันภัยเกิดความเป็นธรรม
4. เพื่อให้ผู้เอาประกันภัยได้รับการปฏิบัติตามสัญญาประกันภัยโดยสมบูรณ์และรวดเร็ว
5. เพื่อพัฒนากิจการประกันภัยให้สอดคล้องกับนโยบายของเศรษฐกิจ และสังคม

เพื่อให้เกิดความมั่นคงในฐานะการเงิน และการดำเนินงานของบริษัท

การจัดตั้ง

ต้องจัดตั้งในรูปของ "บริษัทจำกัด" ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือ "บริษัทมหาชนจำกัด" ตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด จะจัดตั้งในรูปของนิติบุคคล เช่น ห้างหุ้นส่วน สมาคม องค์การไม่ได้ โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีโดยอนุมัติคณะรัฐมนตรี และจะกำหนดเงื่อนไขให้ปฏิบัติก่อนให้ความเห็นชอบก็ได้

การจัดตั้งสาขา

มาตรา 8

- บริษัทประกันชีวิตต่างประเทศจะตั้งสาขาบริษัท เพื่อประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัตินี้ได้ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีโดยได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี ในการนี้ รัฐมนตรีจะอนุญาตโดยมีเงื่อนไขก็ได้

- การขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต และการออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต โดยตั้งเป็นสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศ ตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

- สาขาให้หมายความรวมถึงสำนักงานที่แยกออกจากสำนักงานใหญ่ของบริษัทไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างใดและได้รับเงินค่าใช้จ่าจากบริษัท ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงสถานที่ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนให้ใช้เป็นที่ตั้งหน่วยปฏิบัติการข้อมูล สถานที่เก็บเอกสาร และสถานที่ฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัท

มาตรา 17

บริษัทประกันชีวิตที่จะเปิดสาขา หรือย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานสาขา ต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน การขออนุญาตและการอนุญาตตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ใบอนุญาต ต้องได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามรายการที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 15

นอกจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต บริษัทต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับการประกอบธุรกิจประกันชีวิตทุกปี เว้นแต่ปีที่ออกใบอนุญาต บริษัทใดไม่ชำระค่าธรรมเนียมภายในสามเดือนนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินให้ใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตของบริษัทนั้นสิ้นอายุ

หลักทรัพย์ ต้องมีหลักทรัพย์ของบริษัทวางไว้กับนายทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ประกัน มีมูลค่าตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ซึ่งจะเป็นเงินสด พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือทรัพย์สินอย่างอื่น ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดก็ได้ หลักทรัพย์นี้ไม่อยู่ในความรับผิดชอบแห่งการบังคับคดี ทั้งนี้ครบเท่าที่บริษัทยังมีได้เลิกกัน ในกรณีที่บริษัทเลิกกันแล้ว ให้เจ้าหนี้ยังมีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันชีวิต มีสิทธิได้รับชำระหนี้จากทรัพย์สินที่เป็นหลักทรัพย์ประกันก่อนเจ้าหนี้อื่น

เงินกองทุน บริษัทต้องดำรงไว้ซึ่งเงินกองทุนตลอดเวลาที่ประกอบธุรกิจประกันชีวิต เป็นจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละสองของเงินสำรองประกันชีวิตที่บริษัทจัดสรรไว้ แต่ทั้งนี้ ต้องไม่ต่ำกว่าห้าสิบล้านบาท

มาตรา 23

ให้บริษัทจัดสรรเบี้ยประกันภัยไว้เป็นเงินสำรองประกันภัย สำหรับกรมธรรม์ประกันภัยที่ยังมีความผูกพันอยู่ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด นอกจากกรณีตามวรรคหนึ่ง รัฐมนตรีจะประกาศกำหนดให้บริษัทจัดสรรเงินสำรองอื่นอันจำเป็นด้วยก็ได้

มาตรา 24

รัฐมนตรีมีอำนาจกำหนดให้บริษัทวางเงินสำรองประกันภัย เป็นมูลค่าไม่เกินร้อยละสี่สิบห้าของเงินสำรองประกันภัย ตามมาตรา 23 ไว้กับนายทะเบียน เงินสำรองประกันภัยที่วางไว้กับนายทะเบียนนี้ จะเป็นเงินสด พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือทรัพย์สินอย่างอื่น ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดก็ได้

มาตรา 19

ห้ามมิให้ผู้ใดใช้ชื่อหรือคำแสดงชื่อในธุรกิจว่า "ประกันชีวิต" หรือคำอื่นใดที่มีความหมายเช่นเดียวกันนอกจากบุคคลดังต่อไปนี้

1. บริษัท
2. สมาคมที่มีสมาชิกส่วนมากเป็นบริษัทหรือสมาคมที่มีสมาชิกส่วนมากเป็นพนักงานหรือลูกจ้างของบริษัท
3. สมาคมที่มีสมาชิกส่วนมากเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิต
4. สมาคมนายจ้างหรือสหภาพแรงงานที่มีสมาชิกส่วนมากเป็นพนักงานหรือลูกจ้างของบริษัท
5. ตัวแทนประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิตที่ใช้เพื่อเป็นคำแสดงชื่อในธุรกิจการเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิตของตนแล้วแต่กรณี
6. สถาบันการศึกษาวิชาประกันชีวิต หรือสถาบันอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งใช้เพื่อเป็นคำแสดงชื่อของสถาบันนั้น

7. กรรมการ พนักงาน ลูกจ้าง สมาชิก หรือผู้มีฐานะ มีตำแหน่งหรือหน้าที่ใดๆ ในบริษัท สมาคม สหภาพแรงงาน สถาบันการศึกษาวิชาประกันชีวิต หรือสถาบันอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิตตาม(1)(2)(3)(4) และ(6) ซึ่งใช้เพื่อแสดงความเป็นกรรมการ พนักงาน ลูกจ้าง สมาชิก หรือผู้มีฐานะ มีตำแหน่ง หรือหน้าที่ของคนในบริษัท สมาคม สหภาพ แรงงานหรือสถาบันดังกล่าว

มาตรา 35

ห้ามมิให้บริษัทตั้งหรือยอมให้บุคคลซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ เป็นหรือทำหน้าที่กรรมการ ผู้จัดการ พนักงาน บุคคลผู้มีอำนาจในการจัดการหรือที่ปรึกษาของบริษัท

1. เป็นหรือเคยเป็นบุคคลล้มละลาย
2. เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สิน กระทำโดยทุจริต

3. เคยเป็นกรรมการ ผู้จัดการ หรือบุคคลผู้มีอำนาจในการจัดการของบริษัทในช่วงเวลาที่บริษัทนั้นถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต หรือใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย

4. เป็นกรรมการ ผู้จัดการ หรือบุคคลผู้มีอำนาจในการจัดการของบริษัทอื่น ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต เว้นแต่จะได้รับการยกเว้นตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

5. ถูกถอดถอนจากการเป็นกรรมการ ผู้จัดการหรือบุคคลผู้มีอำนาจในการจัดการของบริษัทมาตรา 54

6. เป็นข้าราชการการเมือง

7. เป็นข้าราชการซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวข้องการควบคุมบริษัท เว้นแต่เป็นกรณีของบริษัทที่เป็นรัฐวิสาหกิจหรือได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีเพื่อช่วยเหลือการดำเนินงานของบริษัท หรือเป็นผู้ที่ได้รับแต่งตั้งตามมาตรา 54

มาตรา 39

ในการติดต่อกับประชาชน บริษัทต้องเปิดทำการตามวันและเวลาที่นายทะเบียน ประกาศกำหนด แต่ทั้งนี้บริษัทจะเปิดทำการเกินกว่าที่กำหนดก็ได้

มาตรา 40

ให้บริษัทจัดทำสมุดทะเบียนและสมุดบัญชีเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทตามแบบและรายการที่นาสทะเบียนกำหนด

มาตรา 42

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะขอตรวจดูสมุดทะเบียน เกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทเฉพาะรายการที่ตนเกี่ยวข้องหรือจะขอให้บริษัทคัดสำเนารายการดังกล่าวโดยรับรองว่าถูกต้องด้วยก็ได้ ทั้งนี้ต้องเสียค่าบริการตามที่นาสทะเบียนกำหนด

มาตรา 48

ให้นาสทะเบียน และพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจตรวจสอบกิจการและฐานะการเงินของบริษัทและเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบให้นาสทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจ

1. เข้าไปในสำนักงานของบริษัทในระหว่างเวลาทำการเพื่อทราบข้อเท็จจริง ในการนี้ให้มีอำนาจเรียกเอกสารหรือหลักฐานอื่น ๆ จากกรรมการผู้จัดการ ที่ปรึกษา พนักงาน หรือลูกจ้างของบริษัท และสอบถามบุคคลดังกล่าวได้

2. เข้าไปในสถานที่ประกอบธุรกิจของบริษัทหรือสถานที่ใดๆ ที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีสมุดบัญชี เอกสาร หรือดวงตรา หรือหลักฐานอื่นอันเกี่ยวกับกิจการ สินทรัพย์ และหนี้สินของบริษัทเพื่อตรวจสอบหรือประเมินราคาทรัพย์สินของบริษัทในระหว่างเวลาทำการหรือในระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตก

3. สั่งให้บริษัท หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทส่งเอกสารหรือหลักฐานอื่น ๆ

4. เรียกบุคคลดังกล่าว ใน (1) หรือ (3) มาให้ถ้อยคำ หรือจะสั่งให้บุคคลดังกล่าวขึ้นคำขึ้นแจ้งแสดงข้อเท็จจริงตามที่ต้องการก็ได้ในการปฏิบัติหน้าที่ของนาสทะเบียน และพนักงานเจ้าหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

การลงทุนประกอบธุรกิจอื่น

มาตรา 28

นอกจากการประกอบธุรกิจประกันชีวิต บริษัทจะลงทุนประกอบธุรกิจอื่นใดได้เฉพาะที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ในการนี้ รัฐมนตรีจะกำหนดเงื่อนไขสำหรับการประกอบธุรกิจนั้น ๆ ให้บริษัทปฏิบัติด้วยก็ได้

การจัดการเกี่ยวกับทรัพย์สินและการเงินของบริษัท

มาตรา 32

ในการคำนวณผลกำไรของบริษัทว่ามีหรือไม่และเท่าใดเพื่อประโยชน์ในการจ่าย
เงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น บริษัทต้องได้รับความเห็นชอบจากนิตยทะเบียน

มาตรา 33

ห้ามมิให้บริษัทกระทำการดังต่อไปนี้

1. ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย
2. ลงทุนโดยมิได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากนิตยทะเบียน โดยความเห็นชอบของ
รัฐมนตรี
3. ผากเงินไว้ที่อื่นนอกจากที่ธนาคาร บริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์
4. เก็บเงินสดไว้ที่อื่นนอกจากเก็บไว้ที่สำนักงานของบริษัท
5. จ่ายเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดให้แก่กรรมการ ผู้จัดการ ที่ปรึกษา พนักงาน หรือ
ลูกจ้างของบริษัทเพื่อเป็นค่านายหน้าหรือค่าตอบแทนสำหรับ หรือเนื่องจากธุรกิจ หรือ
การกระทำใดๆ เว้นแต่เป็นการจ่ายบำเหน็จ เงินเดือน โบนัส หรือเงินจ่ายอย่างอื่นที่พึง
จ่ายตามปกติ
6. จ่ายเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดให้แก่ตัวแทนประกันชีวิตหรือนายหน้าประกันชีวิตนอก
จากเงินค่าจ้างหรือบำเหน็จที่พึงจ่ายตามปกติ
7. จ่ายเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดล่วงหน้าให้แก่บุคคลใด เป็นค่านายหน้า หรือค่าตอบแทน
สำหรับงานที่จะทำให้แก่บริษัท
8. จ่ายบำเหน็จให้แก่บุคคลที่ช่วยให้มีการทำสัญญาประกันชีวิต ซึ่งมีใช่เป็นตัวแทน
ประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิตของบริษัท
9. ซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่
 - ก. เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับใช้เพื่อสวัสดิการของ
พนักงานหรือลูกจ้างของบริษัทตามสมควร
 - ข. เพื่อใช้สำหรับการลงทุนประกอบธุรกิจอื่น ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ตาม

มาตรา 28

ค. เป็นอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทได้มาจากการรับชำระหนี้หรือจากการบังคับจำนอง การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ตาม (ก) หรือ (ข) หรือการได้อสังหาริมทรัพย์มาจากการรับชำระหนี้ตาม (ค) ต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากนายทะเบียนในการอนุญาต นายทะเบียนจะกำหนดเงื่อนไขใดๆ ไว้ด้วยก็ได้

10. ให้ประโยชน์เป็นพิเศษแก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามกรมธรรม์ประกันภัย นอกเหนือไปจากที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

11. รับชำระเบี้ยประกันภัยจากผู้เอาประกันภัยลดลงต่ำกว่าจำนวนที่ต้องชำระ

12. ตั้งหรือมอบหมายบุคคลอื่นนอกจากตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต หรือพนักงานของบริษัท ซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับการรับเงินเป็นผู้รับชำระเบี้ยประกัน

13. ออกกรมธรรม์ประกันภัย โดยไม่มีลายมือชื่อของกรรมการผู้มีอำนาจผูกพันบริษัทและไม่ได้ประทับตราของบริษัทตามที่ได้จดทะเบียนไว้ หรือไม่มีลายมือชื่อของผู้จัดการสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศ ตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต ไม่ได้ประทับตราของบริษัทนั้นด้วย ถ้ามี

14. โฆษณาจริงอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริงเกี่ยวกับบริษัท หรือธุรกิจประกันชีวิตของบริษัท

15. ตั้งหรือมอบหมายบุคคลอื่น นอกจากตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ไปชักชวน ชี้ช่องหรือจัดการให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท ทั้งนี้ ตั้งแต่เป็นการกระทำของกรรมการ พนักงาน หรือลูกจ้าง ของบริษัทซึ่งกระทำการในนามบริษัท หรือ

16. ขายหรือให้อสังหาริมทรัพย์ใด ๆ หรืออสังหาริมทรัพย์ที่มีมูลค่ารวมกันสูงกว่าที่นายทะเบียนกำหนดแก่กรรมการ หรือซื้อทรัพย์สินจากกรรมการ ทั้งนี้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากคณะกรรมการ และได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียน

เพื่อให้สัญญาประกันภัยเกิดความเป็นธรรม

มาตรา 29

กรมธรรม์ประกันภัยที่บริษัทออกให้แก่ผู้เอาประกันภัยต้องเป็นไปตามแบบและข้อความ

ที่นายทะเบียนได้ให้ความเห็นชอบ ทั้งนี้รวมทั้งเอกสารประกอบหรือแนบทำธุรกรรมพร้อมประกันภัย
ด้วย

แบบและข้อความที่นายทะเบียนได้ให้ความเห็นชอบไว้แล้ว เมื่อนายทะเบียนเห็นสมควร
หรือเมื่อบริษัทร้องขอนายทะเบียนจะสั่งให้แก้ไขเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม หรือยกเลิกแบบ หรือ
ข้อความนั้นบางส่วน หรือทั้งหมดก็ได้ ในการนี้ที่บริษัทออกธุรกรรมพร้อมประกันภัยแตกต่างไปจากแบบ
หรือข้อความที่นายทะเบียนให้ความเห็นชอบแล้วนั้น

- ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามกรมธรรม์พร้อมประกันภัย มีสิทธิเลือกให้บริษัท
ต้องรับผิดชอบในการชำระหนี้ตามแบบกรมธรรม์พร้อมประกันภัย หรือข้อความที่บริษัทออกให้

- หรือตามแบบหรือข้อความที่นายทะเบียนได้ให้ความเห็นชอบไว้แล้วก็ได้ และไม่ว่า
ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามกรมธรรม์พร้อมประกันภัย จะใช้สิทธิดังกล่าวนี้ ประการใดหรือไม่
ย่อมไม่เป็นเหตุให้บริษัทพ้นความผิดที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 31

ห้ามมิให้บริษัทออกกรมธรรม์พร้อมประกันภัยโดยระบุจำนวนเงินอันจะพึงใช้ให้เป็นเงินตรา
ต่างประเทศแก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์

มาตรา 43

บริษัทต้องจัดส่งรายงานประจำปีแสดงฐานะการเงินและกิจการของบริษัท สำหรับ
รอบปีปฏิทินที่ล่วงแล้วต่อนายทะเบียน ตามแบบและรายการที่นายทะเบียนกำหนดภายในห้า
เดือน นับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน สำหรับบริษัทที่เป็นสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศต้องส่ง
รายงานประจำปีของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ตนเป็นสาขาคู่ด้วยภายในห้าเดือนนับแต่วัน
สิ้นปีบัญชีของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศนั้น

รายงานประจำปีตามมาตรานี้ ต้องมีการรับรองโดยผู้สอบบัญชีด้วย

เพื่อให้เบี้ยประกันภัยเกิดความเป็นธรรม

มาตรา 30

อัตราเบี้ยประกันภัยที่บริษัทกำหนด จะต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียน อัตรา
เบี้ยประกันที่นายทะเบียนชอบไว้แล้ว เมื่อนายทะเบียนเห็นสมควร หรือเมื่อบริษัทร้องขอ นาย
ทะเบียนจะสั่งให้เปลี่ยนอัตรานั้นเสียใหม่ก็ได้

การเปลี่ยนอัตราใหม่ไม่มีผลกระทบต่อกรมธรรม์ประกันภัยที่ได้กำหนดอัตรา เบี้ยประกันภัยที่นายทะเบียนได้ให้ความเห็นชอบไว้ก่อนแล้ว

2. การเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต

เพื่อให้ผู้เอาประกันได้รับการปฏิบัติตามสัญญาโดยสมบูรณ์และรวดเร็ว

มาตรา 51

เมื่อบริษัทใดประสงค์จะเลิกกิจการ ให้บริษัทนั้นแจ้งความประสงค์ที่จะเลิกกิจการ ต่อนายทะเบียนให้ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามเดือนก่อนเลิกกิจการ

มาตรา 64

รัฐมนตรีมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต เมื่อปรากฏแก่ รัฐมนตรีว่า บริษัท

1. มีหนี้สินเกินกว่าทรัพย์สิน หรือมีฐานะการเงินไม่มั่นคง อันอาจเกิดความเสียหาย แก่ผู้เอาประกัน หรือประชาชน
2. ผ่าฝืนบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎกระทรวง เงื่อนไขที่รัฐมนตรีกำหนด หรือประกาศที่ออก หรือกำหนดตามความในพระราชบัญญัตินี้ หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของรัฐมนตรี นายทะเบียน หรือพนักงาน เจ้าหน้าที่ ซึ่งสั่งการตามพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ในเมื่ออาจทำให้เกิด ความเสียหายแก่ผู้เอาประกันภัย หรือประชาชน
3. หักสุประโยชน์ประกันชีวิตโดยไม่มีเหตุอันควร
4. ประวิงการจ่ายเงินที่ต้องใช้ตามกฎหมายประกันภัยหรือประวิงการคืนเบี้ยประกัน ภัยที่ต้องจ่าย หรือคืนโดยไม่มีเหตุอันควร หรือจ่าย หรือคืนไปโดยไม่สุจริต
5. ถ้าประกอบธุรกิจประกันชีวิตต่อไป จะทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เอาประกันภัย หรือประชาชน

เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

ประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เพราะการประกันชีวิตเป็นการสะสมทุนวิธี หนึ่ง และสามารถนำเงินจำนวนนี้ไปลงทุนในระบอบการเพื่อพัฒนาประเทศ โดยบริษัทจะนำ

เงินสำรองส่วนหนึ่งไปซื้อพันธบัตรรัฐบาล หรือให้เอกชนกู้ไปลงทุน ฯลฯ ซึ่งเป็นผลดีต่อสวัสดิการทั่วไปของประชาชน ขณะเดียวกันรัฐก็มีรายได้เพิ่ม

ประโยชน์ต่อสังคม การประกันชีวิตนอกจากจะมีประโยชน์ต่อบุคคลและครอบครัว ยังมีประโยชน์ต่อสังคมด้วยเพราะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนสนใจในการเก็บออม มีนิสัยประหยัด และสร้างหลักประกันทางการเงินให้แก่แต่ละครอบครัว ทำให้ไม่เป็นภาระแก่สังคม และรัฐบาลรวมทั้งส่งเสริมให้สังคมทั่วไปมีสันติสุข

3. หลักการควบคุมตัวแทนประกันชีวิตและนายหน้าประกันชีวิต

มาตรา 68

ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิต เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน

คำขอรับใบอนุญาตและใบอนุญาตให้เป็นไปตามแบบที่นายทะเบียนกำหนด ใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต ให้ระบุตัวว่าเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทใด

มาตรา 69

ผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. บรรลุนิติภาวะ
2. มีภูมิลำเนาในประเทศไทย
3. ไม่เป็นคนวิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือน
4. ไม่เคยต้องโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สินที่กระทำโดยทุจริต เว้นแต่ได้พ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี ก่อนวันขอรับใบอนุญาต
5. ไม่เคยเป็นบุคคลล้มละลาย
6. ไม่เป็นนายหน้าประกันชีวิต
7. ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต ในระยะเวลาสามปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต
8. ได้รับการศึกษาวิชาประกันชีวิตจากสถาบันการศึกษา ที่นายทะเบียนประกาศกำหนด หรือสอบความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตได้ตามหลักสูตร และวิธีการที่นายทะเบียนประกาศกำหนด

มาตรา 70

ผู้มีคุณสมบัติตามมาตรา 69 ประสงค์จะเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทใดให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทนั้น ค่อนาสกะเบียน พร้อมด้วยหนังสือแสดงความต้องการของบริษัทผู้นั้นเป็นตัวแทนประกันชีวิต เมื่อนาสกะเบียนได้พิจารณาคำขอตามวรรคหนึ่งเป็นที่พอใจแล้ว ให้ออกใบอนุญาตให้ผู้นั้นเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทที่แสดงความต้องการ เมื่อได้ออกใบอนุญาตแล้วให้แจ้งให้บริษัททราบ

(การยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทมากกว่า 1 แห่ง) ผู้ที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทใดอยู่แล้วอาจขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอื่นอีกได้ คำขอรับใบอนุญาตเช่นว่านี้ ผู้ขอต้องยื่นหนังสือแสดงความยินยอมของบริษัทที่ผู้นั้นเป็นตัวแทนประกันชีวิตอยู่แล้ว พร้อมด้วยหนังสือแสดงความต้องการของบริษัทใหม่ที่ต้องมีข้อความแสดงไว้ด้วยว่า บริษัทใหม่นั้นได้ทราบแล้วว่า ผู้ขอเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทใดอยู่แล้ว เมื่อนาสกะเบียนได้ออกใบอนุญาตแล้วแจ้งให้บริษัทที่เกี่ยวข้องทราบ หนังสือแสดงความต้องการตามวรรคหนึ่งและหนังสือแสดงความยินยอมตามวรรคสามให้เป็นไปตามแบบที่นาสกะเบียนกำหนด

มาตรา 71

ตัวแทนประกันชีวิตอาจทำสัญญาประกันชีวิตในนามของบริษัทได้เมื่อได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท ตัวแทนประกันชีวิต นาสหน้าประกันหรือพนักงานของบริษัทฯ ซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับการรับเงินอาจรับเบี้ยประกันในนามของบริษัทได้ เมื่อได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท หนังสือมอบอำนาจของบริษัทตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้ทำตามแบบที่นาสกะเบียนกำหนด และหากมิได้ทำตามแบบที่กำหนดก็มิได้เป็นเหตุให้เสื่อมสิทธิของบุคคลภายนอก เพราะเหตุที่ไม่ได้ทำตามแบบที่กำหนดนั้น

อาชญาของใบอนุญาตและการขอต่อใบอนุญาต

มาตรา 77

ใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต และใบอนุญาตเป็นนาสหน้าประกันชีวิต ให้มีอายุหนึ่งปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต ถ้าผู้รับใบอนุญาตดังกล่าวประสงค์จะขอต่ออายุใบอนุญาตให้ยื่น

คำขอต่ออาชญาบัตรก่อนนาทกะเบียน ตามแบบที่นาทกะเบียนกำหนดภายในกำหนดสองเดือน ก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ ถ้าผู้ได้รับใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ได้ต่ออาชญาบัตรสองคราว ติดต่อกันแล้ว และได้ยื่นคำขอต่ออาชญาบัตรต่อไป ให้ใบอนุญาตที่ออกไว้ในคราวต่อไปนั้นมีอายุห้าปี

การเพิกถอนใบอนุญาต

มาตรา 81

นาทกะเบียนมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือใบอนุญาต เป็นหน้าประกันชีวิตเมื่อปรากฏแก่นาทกะเบียนว่าตัวแทนประกันชีวิตหรือนาหน้าประกันชีวิต

1. กระทำการอื่นเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

2. ขาดคุณสมบัติตามมาตรา 69 หรือ มาตรา 72 แล้วแต่กรณี

3. ดำเนินงานทำให้เกิดหรืออาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เอาประกันภัย ผู้รับ ประโยชน์ตามกฎหมายประกันภัยหรือประชาชน

เมื่อนาทกะเบียนสั่งเพิกถอนใบอนุญาตตามวรรคหนึ่งแล้ว ให้แจ้งคำสั่งนั้นไปยังผู้ ถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาต

การออกข้อคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต

มาตรา 82

ผู้ถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตตามมาตรา 81 มีสิทธิอุทธรณ์ต่อรัฐมนตรีภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับคำสั่งคำวินิจฉัยของรัฐมนตรีไว้เป็นที่สุด

4. กองทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิต

มาตรา 84

ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งเรียกว่า "กองทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิต" มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายในการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตให้มีความมั่นคงและเสถียรภาพ

มาตรา 52

จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์ตามกฎหมายประกันภัย หรือทายาทของผู้เอาประกันภัยมีสิทธิได้รับกรมธรรม์ประกันภัย หากมิได้เรียกร้องจากบริษัทจนล่วงพ้นอายุความแล้ว ให้บริษัทนำส่งเงินดังกล่าวเข้ากองทุนภายในหนึ่งเดือน นับแต่วันที่ครบกำหนดอายุความ

5. บทกำหนดโทษ

มาตรา 95

บริษัทใดออกกรมธรรม์ประกันภัย หรือเอกสารประกอบหรือ แนบท้ายกรมธรรม์ประกันภัย โดยฝ่าฝืนมาตรา 29 หรือกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัยโดยฝ่าฝืนมาตรา 30 หรือฝ่าฝืนมาตรา 31 หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 32 ต้องระวางโทษ ปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา 102

บริษัทใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 51 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา 105

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 68 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 106

ตัวแทนประกันชีวิตผู้ใดทำสัญญาประกันชีวิต โดยไม่ได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท (ตามมาตรา 71 วรรคหนึ่ง) หรือตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต หรือพนักงานของบริษัทผู้ใดรับเบี้ยประกันภัยโดยไม่ได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท (ตามมาตรา 71) วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 114

ในกรณีที่บริษัทใดจงใจกระทำความผิดเพราะฝ่าฝืนมาตรา 23 มาตรา 28 หรือมาตรา 36 หรือจงใจแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดความจริงที่ต้องบอกให้แจ้ง หรือทำคำชี้แจงตามมาตรา 45 กรรมการหรือบุคคลใด ซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำความผิดของบริษัทนั้นด้วย

6. อำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

1. รักษาการตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535
2. แต่งตั้งนายทะเบียน
3. กำหนดเงื่อนไขในการจัดตั้งบริษัท
4. ออกใบอนุญาตการจัดตั้งบริษัท
5. บริษัทต้องเปิดทำงานตามวันและเวลาที่รัฐมนตรีกำหนด
6. มีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต
7. กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้บริษัทจัดสรรเบี้ยประกันไว้เป็นเงินสำรองประกันภัยสำหรับกรมธรรม์
8. กำหนดให้บริษัทวางเงินสำรองประกันภัย เป็นมูลค่าไม่เกินร้อยละสิบห้าของเงินสำรองประกันภัยไว้กับนายทะเบียน

7. อำนาจหน้าที่ของนายทะเบียนประกันชีวิต

1. กรมธรรม์ที่บริษัทออก รวมทั้งเอกสารแนบท้ายกรมธรรม์ต้องเป็นไปตามแบบและข้อความที่นายทะเบียนได้รับความเห็นชอบ
2. เมื่อนายทะเบียนเห็นสมควรหรือเมื่อบริษัทร้องขอนายทะเบียนจะสั่งให้เปลี่ยนแปลงแบบและข้อความเสียใหม่หรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงก็ได้
3. อัตราเบี้ยประกันที่บริษัทกำหนด ต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียน
4. การคำนวณผลกำไรของบริษัทเพื่อการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น ต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียน
5. บริษัทต้องจัดทำสมุดทะเบียนและสมุดบัญชีเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท ตามแบบและรายการที่นายทะเบียนกำหนด
6. บริษัทต้องส่งรายงานประจำปี แสดงฐานะการเงินและกิจการของบริษัทค่อนนายทะเบียน
7. นายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจตรวจสอบกิจการและฐานะการเงินของบริษัทได้

8. เมื่อบริษัทใดประสงค์จะเลิกกิจการ ให้แจ้งความประสงค์ที่จะเลิกกิจการต่อนายทะเบียน

9. ผู้ใดจะกระทำการเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือนายหน้าประกันชีวิต ต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน

10. นายทะเบียนเป็นผู้กำหนดหลักสูตร และวิธีการสอบความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต

11. การขอต่ออายุใบอนุญาตให้ยื่นคำขอต่อนายทะเบียน ตามแบบที่นายทะเบียนกำหนด

12. นายทะเบียนมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเป็นตัวแทน หรือนายหน้าประกันชีวิตได้

มาตรา 38

ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ให้นายทะเบียนมีอำนาจประกาศกำหนดให้บริษัทปฏิบัติการใด ๆ ในเรื่องต่อไปนี้ได้

1. การเก็บเบี้ยประกันภัย
2. การประเมินราคาทรัพย์สินและหนี้สินของบริษัท
3. การจำแนกประเภทค่าใช้จ่าย
4. การประกันภัยต่อ
5. อัตราเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยและเงื่อนไขในการจ่ายเงินนั้น
6. อัตราค่าจ้างหรือบำเหน็จสำหรับตัวแทนประกันชีวิตและนายหน้าประกันชีวิต
7. แบบ ขนาด ตัวอักษร ภาษาที่ใช้ และข้อความของหนังสือมอบอำนาจของบริษัท รวมทั้งเอกสารแสดงการรับเงินของบริษัท
8. การให้กู้ยืมเงินโดยมีกรมธรรม์ประกันภัยเป็นประกัน
9. การจ่ายเงินปันผลแก่ผู้เอาประกัน

ข้อเปรียบเทียบตัวบทประกันชีวิตกับนาฬิกาประกันชีวิต

ตัวบทประกันชีวิต

1. เป็นผู้ที่บริษัทได้มอบหมายให้ชักชวนบุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท
2. รับเบี้ยประกันก้อนในนามบริษัทได้เมื่อได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท
3. ต้องเป็นบุคคลธรรมดาเท่านั้น ส่วนนิติบุคคลได้แก่ห้างหุ้นส่วนและบริษัทไม่สามารถขอรับใบอนุญาตเป็นตัวบทประกันชีวิตได้
4. กรรมการ พนักงาน หรือลูกจ้างในบริษัทประกันชีวิต สามารถขอรับใบอนุญาตเป็นตัวบทประกันชีวิตได้
5. ไม่ต้องมีสำนักงาน
6. ไม่ต้องจัดทำสมุดทะเบียนและสมุดบัญชีเกี่ยวกับธุรกิจของตัวบทประกันชีวิต

นาฬิกาประกันชีวิต

1. บริษัทมิได้มอบหมายให้ทำสัญญาประกันชีวิต แต่เป็นเพียงผู้ชี้ช่องหรือจัดการให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทโดยหวังบำเหน็จเนื่องจากการนั้น
2. กฎหมายห้ามมิให้บริษัทมอบหมายให้นาฬิกาประกันชีวิตรับเบี้ยประกันก้อนแทนบริษัท
3. บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ได้แก่ห้างหุ้นส่วนและบริษัทสามารถขอรับใบอนุญาตเป็นนาฬิกาประกันชีวิตได้ (หากมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด)
4. กรรมการผู้จัดการ พนักงาน หรือลูกจ้างในบริษัทประกันชีวิตไม่สามารถขอรับใบอนุญาตเป็นนาฬิกาประกันชีวิตได้และหากนาฬิกาประกันชีวิตผู้ใดได้รับแต่งตั้งให้เป็นกรรมการผู้จัดการ พนักงาน หรือลูกจ้างในบริษัทประกันชีวิต ให้ใบอนุญาตเป็นนาฬิกาประกันชีวิตของผู้นั้นสิ้นสุดลง
5. ต้องมีสำนักงาน
6. ต้องจัดทำสมุดทะเบียน และสมุดบัญชีเกี่ยวกับธุรกิจของนาฬิกาประกันชีวิต

ภาคผนวก ข

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2537

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่อง "การสำรวจความคิดเห็นของ
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต" ความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย
ครั้งนี้ นอกจากจะใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของข้าพเจ้าแล้ว ข้อมูลที่ได้รับยังใช้เป็นแนวทาง
ในการปรับปรุงการประกันชีวิตให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ
ต่อผู้ทำประกันชีวิตร่วมกันหลายฝ่าย

ท่านเป็นผู้หนึ่งที่ได้รับเลือกให้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามนี้ และการวิจัยนี้จะได้รับประโยชน์
สูงสุดเมื่อคำตอบที่ท่านให้ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ
ซึ่งจะนำเสนอผลโดยรวมมิใช่รายบุคคลหรือเฉพาะแห่ง จึงไม่กระทบกระเทือนต่อตัวท่านเองหรือ
การประกอบอาชีพของท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ขอได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบ
แบบสอบถามฉบับนี้โดยครบถ้วนเพื่อที่จะทำให้การวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวทัศนีย์ ศรีภักธธา)

นิสิตปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หมายเหตุ กรุณาส่งแบบสอบถามคืนภายใน 1 สัปดาห์ นับแต่วันที่ได้รับแบบสอบถาม เพื่อให้การวิจัย
ในครั้งนี้เสร็จทันตามเวลา

โทร. 4202988 แฟกซ์: 4292550

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน
 - ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต
2. โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในวงเล็บหน้าข้อที่ต้องการตอบ
3. โปรดตอบทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์
4. โปรดเลือกตอบเพียงข้อเดียว ยกเว้นข้อที่ระบุว่า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แบบสอบถามผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() 1. ชาย	() 2. หญิง
------------	-------------
2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี	() 2. ตั้งแต่ 21 - 40 ปี
() 3. ตั้งแต่ 41 - 50 ปี	() 4. ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ

() 1. รับราชการ	() 2. พนักงานบริษัทเอกชน
() 3. รัฐบาลกิจ	() 4. ธุรกิจส่วนตัว
() 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 10,000	() 2. ตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท
() 3. ตั้งแต่ 20,001 - 30,000 บาท	() 4. ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป

สำหรับผู้วิจัย

สำหรับผู้วิจัย

5. สถานภาพสมรส

- ☐ 1. โสด
- ☐ 2. สมรส
- ☐ 3. หย่าร้าง
- ☐ 4. หม้าย
- ☐ 5. อื่น (โปรดระบุ).....

6. จำนวนบุตร.....คน

7. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ 2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
- ☐ 3. ปริญญาโท หรือเทียบเท่า
- ☐ 4. ปริญญาเอก หรือเทียบเท่า

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต

1. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว
- ☐ 2. เป็นการออมทรัพย์ อย่างหนึ่ง
- ☐ 3. เป็นการลงทุนที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนกลับคืน
- ☐ 4. เป็นการชั่งตนเอง
- ☐ 5. หลอกลวง เอาเปรียบลูกค้า
- ☐ 6. ไม่มีประโยชน์สำหรับตนเอง
- ☐ 7. ไม่ชอบ
- ☐ 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

2. ถ้าท่านคิดจะทำประกันชีวิต ใครที่จะมีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจของท่านมากที่สุด

- () 1. ตัวแทน
- () 2. บริษัท (ชื่อเสียงของบริษัท)
- () 3. คู่สมรส
- () 4. ผู้ร่วมงาน
- () 5. เพื่อน ๆ
- () 6.ญาติ (ญาติ พ่อ แม่ พี่ น้อง)
- () 7. บุตร
- () 8. ตัดสินใจด้วยตนเอง
- () 9. คนที่เคยทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันนั้น ๆ อยู่ก่อน
- () 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. สาเหตุที่ท่านยังไม่ทำประกันชีวิตคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว
- () 2. ไม่เชื่อถือตัวแทนที่มาติดต่อเสนอขาย
- () 3. คิดว่าตนเองมีสุขภาพดี ไม่จำเป็นต้องทำประกันชีวิต
- () 4. เอะเงินไปลงทุนด้านอื่นดีกว่า
- () 5. ไม่เชื่อถือบริษัท ยุ่งยากในการติดตามผลประโยชน์
- () 6. ไม่มีเงินเหลือพอที่จะจ่ายเบี้ยประกันชีวิต
- () 7. ไม่จำเป็นต้องทำเพราะถ้าเกิดอุบัติเหตุ ก็มีเงินจ่ายเองได้
- () 8. ยังไม่พบบริษัทประกันชีวิตที่ทำให้เกิดความมั่นใจ
- () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

4. หากท่านต้องการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ท่านคิดว่าจะติดต่อซื้อกับใคร

- () 1. บริษัทประกันชีวิตโดยตรง (ไปตอบข้อ 5)
- () 2. ตัวแทนขายประกันชีวิต (ข้ามไปตอบข้อ 6)

สำหรับผู้วิจัย

สำหรับผู้วิจัย

5. จากข้อ 4. หากท่านเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทโดยตรง เนื่องจาก

- () 1. ไม่ไว้วางใจตัวแทน
- () 2. คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าซื้อกับตัวแทน
- () 3. ได้เห็นการโฆษณาของบริษัท
- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. จากข้อ 4. หากท่านเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนขายประกันชีวิตเนื่องจาก

- () 1. ไม่ต้องการไปติดต่อเอง
- () 2. คิดว่าจะได้รับคำแนะนำและการบริการที่ดีกว่า
- () 3. ติดต่อได้ง่ายกว่าติดต่อกับบริษัทประกันชีวิต
- () 4. คนรู้จักแนะนำมา
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านคิดว่าตัวแทนประกันชีวิตในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่มีความจริงใจต่อลูกค้า ขายเพียงเพื่อหวังค่าคอมมิสชั่น
- () 2. มีความรู้เรื่องการประกันเป็นอย่างดี
- () 3. มีความสามารถในการขาย
- () 4. ไม่มีความรู้เรื่องการประกันชีวิตดีพอ
- () 5. ตัวแทนทำเป็นงานอดิเรกขายแล้วไม่บริการหลังการขาย
- () 6. ช่วยสร้างสวัสดิการให้คนในสังคม
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ถ้าท่านต้องการออมทรัพย์สินนอกจากการฝากธนาคารแล้ว คิดว่าจะออมทรัพย์สินในรูปแบบใดอีก

- () 1. ซื้อของมีค่า
- () 2. ซื้อหุ้น
- () 3. เก็บเงินไว้กับตัวเอง
- () 4. เล่นแชร์
- () 5. ทำประกันชีวิต
- () 6. ซื้อสลากออมสิน กับธนาคาร
- () 7. ออมเงินตู้
- () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตโดยทั่วไปในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ฐานะมั่นคง
- () 2. ฐานะไม่มั่นคง
- () 3. เอาเปรียบผู้บริโภค
- () 4. ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก
- () 5. ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

10. ถ้าท่านคิดจะทำประกันชีวิต จะเลือกทำกับบริษัทใด

- () 1. บริษัท ไทยประกันชีวิต
- () 2. บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันชีวิต จำกัด
- () 3. บริษัท ไทยประสิทธิ์ประกันชีวิต จำกัด
- () 4. บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด
- () 5. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
- () 6. บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด
- () 7. บริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด
- () 8. บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด
- () 9. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
- () 10. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด
- () 11. บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด
- () 12. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลนอสชีวันส์ จำกัด

11. สาเหตุที่ท่านเลือกที่จะทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตข้างต้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ฐานะมั่นคง
- () 2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี
- () 3. มีแบบประกันที่ดี
- () 4. คนรู้จักเป็นตัวแทน
- () 5. คนรู้จักแนะนำ
- () 6. คนที่เคยทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตนั้น ๆ อยู่ก่อน

12. ท่านคิดว่า การประกันชีวิตในปัจจุบันควรมีการปรับปรุงในด้านใดมากที่สุด

- () 1. ตัวแทน
- () 2. แบบประกันชีวิต
- () 3. อัตราเบี้ยประกันชีวิต
- () 4. การโฆษณาทางสื่อมวลชน
- () 5. การให้บริการของบริษัทประกันชีวิต
- () 6. การให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

13. จากข้อ 12. ท่านคิดว่าควรปรับปรุงอย่างไร

14. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต

() เห็นด้วย เพราะ-----

() ไม่เห็นด้วย เพราะ-----

15. ท่านทราบหรือไม่ว่าเบี้ยประกันชีวิตมีส่วนช่วยพัฒนาประเทศอย่างไร

() ทราบ (โปรดอธิบาย)-----

() ไม่ทราบ

สำหรับผู้วิจัย

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต

คำชี้แจง

- 1. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน
ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันชีวิต
- 2. โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในวงเล็บหน้าข้อที่ต้องการตอบ
- 3. โปรดตอบทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์
- 4. โปรดตอบเพียงข้อเดียว ยกเว้นข้อที่ระบุว่า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แบบสอบถามของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1. เพศ
() 1. ชาย () 2. หญิง
- 2. อายุ
() 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. ตั้งแต่ 21 - 40 ปี
() 3. ตั้งแต่ 41 - 60 ปี () 4. ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป
- 3. อาชีพ
() 1. รับราชการ () 2. พนักงานบริษัทเอกชน
() 3. รัฐวิสาหกิจ () 4. ธุรกิจส่วนตัว
() 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
() 1. ต่ำกว่า 10,000
() 2. ตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท
() 3. ตั้งแต่ 20,001 - 30,000 บาท
() 4. ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป

สำหรับผู้วิจัย

5. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส
 () 3. หย่าร้าง () 4. หม้าย
 () 5. อื่น (โปรดระบุ).....

6. จำนวนบุตร.....คน

7. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
 () 2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
 () 3. ปริญญาตรีโท หรือเทียบเท่า
 () 4. ปริญญาเอก หรือเทียบเท่า

สำหรับผู้วิจัย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยมาประกันชีวิตที่มีต่อการประกันชีวิต

1. ท่านทำประกันชีวิตกับบริษัท.....

2. ท่านฝากเบี้ยประกันชีวิตปีละประมาณ

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 () 2. ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท
 () 3. ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท () 4. 30,001 บาทขึ้นไป

3. สาเหตุที่ท่านเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตข้างต้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. บริษัทมีฐานะมั่นคง () 2. ผลประโยชน์ตอบแทนดี
 () 3. มีแบบประกันที่ดีและน่าสนใจ () 4. คนรู้จักเป็นตัวแทนของบริษัทนี้
 () 5. อัตราเบี้ยประกันไม่สูง () 6. พอใจตัวแทน
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

สำหรับผู้วิจัย

4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของท่านมากที่สุดคือ

- () 1. ตัวแทน
- () 2. บริษัทประกันชีวิต (ชื่อเสียงของบริษัท)
- () 3. ผู้ร่วมงาน
- () 4. เพื่อน
- () 5. ญาติ (ญาติ พ่อ แม่ พี่ น้อง)
- () 6. คู่สมรส
- () 7. บุตร
- () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตอย่างไร

- () 1. การสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและเป็นหลักประกันให้ครอบครัว
- () 2. เป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง
- () 3. เป็นการลงทุนที่ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนกลับคืน
- () 4. เป็นการแข่งตนเอง
- () 5. เป็นการหลอกลวง เอาเปรียบลูกค้า
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ท่านคาดว่าจะได้รับประโยชน์อะไรจากการทำประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทน
- () 2. คุณภาพการรักษาพยาบาลที่ดีขึ้น
- () 3. ประหยัดค่ารักษาพยาบาล
- () 4. ไม่ได้ประโยชน์อะไรเลย
- () 5. นำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษี
- () 6. สร้างความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัว
- () 7. มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามชรา
- () 8. อื่น (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

7. เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของท่านคือ
- () 1. ต้องการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว
 - () 2. ต้องการออมทรัพย์
 - () 3. พอใจตัวแทนที่มาเสนอขาย
 - () 4. พอใจบริษัท
 - () 5. พอใจอัตราเบี้ยประกันชีวิต
 - () 6. พอใจแบบประกัน
 - () 7. ต้องการนำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษี
 - () 8. สืบเนื่องจากการกู้ยืมหรือการค้าประกัน
 - () 9. ประโยชน์ในด้านการรักษาพยาบาล
 - () 10. จากเหตุอื่น ๆ (โปรดระบุ).....
8. ท่านติดข้อข้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ
- () 1. ตัวแทนประกันชีวิต (ไปตอบข้อ 9)
 - () 2. บริษัทประกันชีวิตโดยตรง (ข้ามไปตอบข้อ 13)
9. จากข้อ 8. กรณีที่ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิตเนื่องจาก
- () 1. พอใจในผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิต
 - () 2. เกรงใจตัวแทนเนื่องจากรู้จักกันเป็นการส่วนตัว
 - () 3. ตัดความรำคาญในการติดตามขายประกันชีวิตของตัวแทน
 - () 4. อิทธิพลจากคนรู้จักที่แนะนำตัวแทนมา
 - () 5. คาดว่าจะได้รับบริการที่ดีกว่าซื้อโดยตรงจากบริษัท
 - () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
10. จากข้อ 8. กรณีที่ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิตนั้น ตัวแทนมีความสัมพันธ์กับท่านอย่างไร
- () 1. รู้จักเป็นการส่วนตัว (ข้ามไปตอบข้อ 12)
 - () 2. ตัวแทนมาขอพบโดยไม่รู้จักและไม่มีใครแนะนำมา (ข้ามไปตอบข้อ 12)
 - () 3. คนรู้จักแนะนำมา (ไปตอบข้อ 11)

สำหรับผู้วิจัย

11. ท่านมีความสัมพันธ์กับคนรู้จักที่แนะนำตัวท่านมาในฐานะใด
- () 1. เจ้าหน้าที่ธนาคาร/สถาบันการเงิน () 2. ครู-อาจารย์
- () 3. เพื่อนร่วมงาน () 4.ญาติ (พ่อ แม่ พี่ น้อง)
- () 5. คู่สมรส () 6. บุตร
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
12. ก่อนที่ท่านจะตกลงทำประกันชีวิต ตัวท่านได้มาติดต่อกับท่านกี่ครั้ง.....ครั้ง
13. จากข้อ 8. กรณีที่ท่านเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากบริษัทโดยตรง เนื่องจาก
- () 1. ไม่ไว้วางใจตัวแทน
- () 2. คิดว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าซื้อกับตัวแทน
- () 3. ได้เห็นการโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต
- () 4. เกรงว่าจะมีปัญหาภายหลังเมื่อติดต่อกับตัวแทนไม่ได้
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
14. ขณะนี้กรมธรรม์ของท่านมีผลบังคับอยู่หรือไม่
- () 1. ขณะนี้ยังมีผลบังคับอยู่ (ข้ามไปตอบข้อ 16)
- () 2. ยกเลิกกรมธรรม์แล้ว (ไปตอบข้อ 15)
15. ถ้าท่านเลิกทำประกันชีวิตแล้ว สาเหตุที่สำคัญในการยกเลิกกรมธรรม์เป็นเพราะ
- () 1. การส่งเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไปสำหรับท่าน
- () 2. สถานะทางการเงินดีขึ้นจนคิดว่าการประกันชีวิตไม่มีความจำเป็นต้องทำ
- () 3. พัฒนาการด้านการกู้ยืมหรือการค้าประกัน
- () 4. ไม่พอใจการบริการของบริษัทประกันชีวิต
- () 5. ไม่พอใจการบริการของตัวแทนประกันชีวิต
- () 6. ตัวแทนเปลี่ยนบริษัทหรือเลิกขายประกันชีวิต
- () 7. รู้สึกว่าแบบประกันไม่เหมาะสมกับตนเอง
- () 8. ตัวแทนเก็บเบี้ยแล้วไม่นำส่งบริษัท
- () 9. ไม่เห็นประโยชน์ของการทำประกันชีวิตแต่ได้ทำไว้เพราะเห็นแก่ตัวแทนหรือคนที่แนะนำ
- () 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

16. ท่านคิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มอีกหรือไม่

- () 1. คิด (ไปตอบข้อ 17) () 2. ไม่คิด (ข้ามไปตอบข้อ 18)
 () 3. ไม่แน่ใจ (ข้ามไปตอบข้อ 19)

17. สาเหตุที่คิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มอีกเพราะ

- () 1. ต้องการเพิ่มหลักประกันให้ตนเองและครอบครัว
 () 2. พอใจในการบริการของตัวแทน
 () 3. พอใจในการบริการของบริษัทประกันชีวิต
 () 4. ต้องการได้รับการลดหย่อนภาษีเพิ่ม
 () 5. พอใจแบบประกันแบบใหม่ที่ตัวแทนมาเสนอขาย
 () 6. เกรงใจตัวแทน
 () 7. สืบเนื่องจากการกู้ยืมหรือค้ำประกันวงเงินเพิ่ม
 () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

* (ข้ามไปตอบข้อ 19)

18. สาเหตุที่ท่านไม่คิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มอีกเพราะ

- () 1. ไม่พอใจการบริการขายของตัวแทนประกันชีวิต
 () 2. ไม่พอใจการบริการของบริษัทประกันชีวิต
 () 3. ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อเพิ่มอีก
 () 4. เท่าที่ซื้อไว้เดิมก็เป็นภาระที่หนักอยู่แล้ว
 () 5. ต้องการนำเงินไปลงทุนด้านอื่น
 () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

19. ท่านคิดว่าตัวแทนประกันชีวิตในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่มีความจริงใจต่อลูกค้า ขายเพียงเพื่อหวังคอมมิสชั่น
 () 2. ไม่มีความรู้ในเรื่องการประกันชีวิตดีพอ
 () 3. มีความรู้ในเรื่องการประกันชีวิตเป็นอย่างดี
 () 4. ทำเป็นงานอดิเรก จึงไม่มีเวลามาดูบริการหลังการขาย
 () 5. มีความสามารถในการขาย
 () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้วิจัย

20. ท่านขอสาให้ตัวแทนประกันชีวิตปฏิบัติต่อท่านอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. อธิบายในหลักการประกันชีวิตให้ลูกค้าเข้าใจโดยละเอียดก่อนปิดการขาย
- () 2. อธิบายรายละเอียดของแบบประกันทุกแบบที่ตัวแทนเสนอขาย
- () 3. รับผิดชอบในการเก็บเบี้ยประกันจากลูกค้าแล้วนำส่งบริษัท
- () 4. อธิบายถึงเอกสิทธิ์และเงื่อนไขของกรมธรรม์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า
- () 5. มีการเยี่ยมเยียนติดต่อให้บริการลูกค้าหลังจากส่งมอบกรมธรรม์แล้ว
- () 6. มีความซื่อสัตย์
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

21. ท่านคิดว่าการประกันชีวิตในปัจจุบันควรมีการปรับปรุงด้านใดมากที่สุด

- () 1. ตัวแทน () 2. แบบประกัน
- () 3. อัตราเบี้ยประกัน () 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์
- () 5. การบริการตัวแทนประกันชีวิต () 6. การบริการของบริษัทประกันชีวิต
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

22. จากข้อ 21 ท่านคิดว่าควรปรับปรุงอย่างไร

22. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากกำหนดให้ทุกคนต้องทำประกันชีวิต

เห็นด้วย เพราะ-----

ไม่เห็นด้วย เพราะ-----

23. ท่านทราบหรือไม่ว่าเบี้ยประกันชีวิตที่ฝากไว้กับบริษัทประกันชีวิตมีส่วนช่วยพัฒนา

ประเทศอย่างไร

() ทราบ (โปรดอธิบาย)-----

() ไม่ทราบ

ภาคผนวก ค
ตารางประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Sample Size for Specified Confidence Limits and Precision
When Sampling Attributes in Percent

A. 2 σ Confidence Interval
($\pi = 0.5$)^a

Size of Population (N)	±1%	Sample Size (n) for Precision (r) of					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%	
500	b	b	b	b	222	83	
1,000	b	b	b	385	286	91	
1,500	b	b	638	441	316	94	
2,000	b	b	714	476	333	95	
2,500	b	1,250	769	500	345	96	
3,000	b	1,364	811	517	353	97	
3,500	b	1,458	843	530	359	97	
4,000	b	1,538	870	541	364	98	
4,500	b	1,607	891	549	367	98	
5,000	b	1,667	909	556	370	98	
6,000	b	1,765	938	566	375	98	
7,000	b	1,842	959	574	378	99	
8,000	b	1,905	976	580	381	99	
9,000	b	1,957	989	584	383	99	
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99	
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99	
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100	
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100	
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100	
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100	
→ ∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100	

^a Formula for sample size when population proportion is π is

$$n_0 = \frac{z^2 \pi (1 - \pi) N}{z^2 \pi (1 - \pi) + Ne^2}$$

This table assumes $\pi = 0.5$, $z = 2$:

$$n = \frac{2^2(0.5)^2 N}{2^2(0.5)^2 + Ne^2} = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n \geq n_0$$

^b In these cases the assumption of normal approximation is poor, and the formulae do not apply.

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวทัศนีย์ ศรีกัลยา
วัน เดือน ปี เกิด 26 สิงหาคม 2510
สถานที่เกิด อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 150/15 หมู่ 7 หมู่บ้านมณฑลทิพย์ ถ.พุทธมณฑลอีสาน ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จังหวัดนครปฐม

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2526 มัธยมศึกษา จากโรงเรียนพุทธรังสีนิบุลย์
พ.ศ. 2529 ปวช. วิทยาลัยพลศึกษาบางนา
พ.ศ. 2534 บธ.บ. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2538 กศ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2530-2532 บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ สโคโนทัยเครดิตอะกริโก (ชัททัก) จำกัด
(เจ้าหน้าที่พิทักษ์การสินเชื่อ)

พ.ศ. 2532-2534 บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
(ผู้จัดการศูนย์การชวย)

พ.ศ. 2534-ปัจจุบัน บริษัท เอ็น ที แอล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
(ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า)
บริษัท อัดดิเมทโปรดักส์ จำกัด
(นำเข้ามาจำหน่ายวัตถุดิบเจือปนอาหาร)