

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต
บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต
ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริญาพนธ์
ของ
วริทธิ์พล ประพัทธ์มงคล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มกราคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.32

ค 327ป

ก3

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

วิวิธธิพล ประพัทธ์มงคล

๔

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มกราคม 2548

๔ ๖๕๖ ๐๐๐

08 ก.พ. 2548

วิสิทธิ์พล ประพัทธ์มงคล . (2548) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ปรินญาณินพนธ์ บรม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการผู้ควบคุม : อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ ดร. ธนยวงศ์ กิรติวานิชย์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยด้านการปฏิบัติของบริษัท ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยใช้แบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน ชุดที่ 2 ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์ และการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่ม และสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด
2. ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด
3. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการปฏิบัติของบริษัท ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์ ในระดับมาก
4. อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05
5. รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

6. การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

7. อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

8. อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

9. รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนค่าธรรมเนียมที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

10. รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

11. ความรู้เกี่ยวกับสัญญา คำแถลง เอกสิทธิ์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดย คำแถลง สามารถจำแนกพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับสัญญา เอกสิทธิ์ ตามลำดับ

**FACTORS INFLUENCING ON CONSUMERS' DECISION MAKING
BEHAVIOR IN BUYING LIFE INSURANCE OF AYUDHYA ALLIANZ C.P.
LIFE PCL. INSURANCE COMPANY IN BANGKOK**

**AN ABSTRACT
BY
WIRITPHON PRAPHATMONGKOL**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University
January 2005**

WIRITPHON PRAPHATMONGKOL. (2005) **Factors Influencing on Consumers'**

Decision Making Behavior in Buying Life Insurance of Ayudhya Allianz C.P.

Life PCL. Insurance Company in Bangkok Thesis for Master's of Business

Administration (Marketing). Bangkok : Graduated School. Srinakharinwirot

University. Advisor Committee : Dr. Warangkana Adisornprasert.,

Dr. Thanaiwong Kirativanich.

The purpose of the research is to study factors influencing on consumers' life insurance buying decision behaviors of Ayudhya Allianz C.P. Life PCL., which emphasize in three factors: company performances, agent characteristics and company policies. The sample is 400 consumers in Bangkok which are divided into 2 groups: those who have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. and those who don't have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. Two sets of questionnaires are used to collect the data. The first set is distributed to 200 consumers who have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. and second set are distributed to 200 consumers who don't have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. Descriptive statistics used in this analyze are percentage, mean and standard deviations. Inferential statistics used for hypotheses testing are Independent Sample t-Test, One-Way Analysis of Variance, Chi-square, Discriminant Analysis. SPSS version 11.0 is used to analyze the data. The results of this research revealed that:

1. Most of Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. life insurance holder are female, aged 20-29 years old, private company employee, have monthly income between 10,001-20,000 Baht, hold a bachelor's degree and above and single.

2. Most of consumers who don't have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. are female, aged 40 years old up, private company employee, have income between 10,001-20,000 Baht, hold a bachelor's degree and above and single.

3. Both consumers who have and don't have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. weigh the importance on company performances, agent characteristics and company policies in high level.

4. Difference age influencing on the amount of insurance premium paid for Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. at the statistical significant level of 0.05.

5. Difference income influencing on the amount of insurance premium paid for Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. at the statistical significant level of 0.05.

6. Difference education influencing on the amount of insurance premium paid for Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. at the statistical significant level of 0.05.

7. Difference age influencing on the amount of insurance premium paid for other insurance company at the statistical significant level of 0.05.

8. Difference occupation influencing on the amount of insurance premium paid for other insurance company at the statistical significant level of 0.05.

9. Difference income influencing on the amount insurance policy holding of other insurance company at statistical significant level of 0.05.

10. Difference income influencing on the amount of insurance premium paid for other insurance company at the statistical significant level of 0.05.

11. The discriminator variables: agents' knowledge in contract, personal & health statement for insurance application and policy privilege are variables that can be used to classify 2 groups of consumers; those who have and don't have life insurance with Ayudhya Allianz C.P. Life PCL. The most discriminate variable is the importance on, personal & health statement for insurance application, followed by agent's knowledge in contract and policy privilege respectively.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต
บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต
ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ
นายวิริทธิ์พล ประพัทธ์มงคล

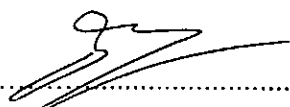
ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ 6 เดือน มกราคม พ.ศ. 2548

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

.....นางคณ อดิสรประเสริฐ.....ประธาน
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติสรประเสริฐ)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กิจดิวนิชย์)

.....นางจ อดิสร.....กรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข)

.....นางจ อดิสร.....กรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงสุด ของอาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ และอาจารย์ ดร. ธนยวงศ์ กิรติวานิชย์ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านมาให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีประโยชน์ อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือ ดูแลตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัยฉบับนี้ด้วยความห่วงใย นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาอย่างหาที่สุดมิได้ และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประกอบการที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสุวัฒน์ ประพัทธ์มงคล และคุณแม่ธิยาดา สมบุรณ์พร ที่กรุณาส่งเสริมร่างกาย แรงใจ แรงสติปัญญา และกำลังใจส่งเสียเลี้ยงดูข้าพเจ้าจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท อีกทั้งยังขอกราบขอบพระคุณ คุณสมศักดิ์ กาสกุล พี่ชายของข้าพเจ้าที่กรุณาส่งเสริม สนับสนุน ข้าพเจ้าในด้านการศึกษาดำเนินการดีตลอดมา และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่าน ที่คอยห่วงใย ดูแล และคอยช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน รวมทั้งยังคอยเป็นกำลังใจเสมอมาทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่น พยายามจนประสบความสำเร็จในวันนี้

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดามารดา และพี่ชาย ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณความดี และความมานะ อดทน ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้

วิสิทธิ์พล ประพัทธ์มงคล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	7
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต.....	9
การพัฒนาการประกันชีวิต.....	25
การประกันชีวิตในประเทศไทย.....	26
ประวัติ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	30
พฤติกรรมผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ.....	33
การแบ่งส่วนตลาด.....	39
บริษัท.....	42
ตัวแทน.....	50
กรมธรรม์.....	55
เทคนิคการเลือกซื้อกรมธรรม์.....	70
การตลาดทางตรง.....	71
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	82
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	83
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย.....	83
ความเที่ยงตรงของเนื้อหา.....	92

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่

3 (ต่อ)

ความเชื่อมั่น.....	92
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	93
การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	101
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	101
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ซื้อ	
กรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	102
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท	
คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรมธรรม์.....	107
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	
กรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	112
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ.....	119
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ไม่ซื้อ	
กรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	121
ตอนที่ 2 ท่านให้ความสำคัญกับการปฏิบัติของบริษัท	
คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรมธรรม์	
ต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด ถ้าท่านจะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์	
ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	126
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทอื่น.....	131
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์	
ซี.พี. ประกันชีวิต.....	138
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	139
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	171

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่

5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	174
	สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และ วิธีการศึกษาค้นคว้า.....	174
	ผลการศึกษาค้นคว้า.....	179
	ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	192
	อภิปรายผล.....	196
	ข้อเสนอแนะ.....	202
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	204
	บรรณานุกรม.....	205
	ภาคผนวก.....	211
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	212
	ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	227
	ภาคผนวก ค ขออนุญาตใช้ชื่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต เป็นส่วนหนึ่งของชื่องานวิจัย.....	229
	ประวัติย่อผู้ทำปริญญานิพนธ์.....	232

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	เปรียบเทียบเบี้ยประกันรับรวมครึ่งปี 2545 -2546 ของธุรกิจประกันชีวิต.....	2
2	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	102
3	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการแบ่งชั้นข้อมูลใหม่ของผู้ซื้อ กรมธรรม์ประกันชีวิตประกัน.....	105
4	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	107
5	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนกรมธรรม์ของ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	112
6	แสดงจำนวน และร้อยละ ของแบบกรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	112
7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ.....	113
8	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสาเหตุในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	113
9	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อกรมธรรม์.....	114
10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์.....	114
11	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้รับผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	115
12	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1.....	115
13	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2.....	116
14	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3.....	116
15	แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น.....	117
16	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนกรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ.....	117
17	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบกรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	117
18	แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุที่ถือกรมธรรม์บริษัทอื่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	118
19	แสดงค่าความถี่และร้อยละของการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	119

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

20	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ไม่ซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	121
21	แสดงจำนวนและร้อยละของการแบ่งชั้นข้อมูลใหม่ของผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิต.....	124
22	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	126
23	แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการณ์กรรมธรรม์บริษัทอื่น.....	131
24	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนกรรมธรรม์อื่นที่ถือ.....	131
25	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบกรรมธรรม์ที่ถือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	132
26	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนของเบี้ยประกันที่ชำระ.....	132
27	แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	133
28	แสดงจำนวน และร้อยละ ของแหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์.....	133
29	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์.....	134
30	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์.....	134
31	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1.....	135
32	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2.....	135
33	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3.....	136
34	แสดงจำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมความสนใจจะซื้อกรรมธรรม์.....	136
35	แสดงจำนวน และร้อยละ ของแบบกรรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ.....	136
36	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของเบี้ยประกันที่สามารถชำระได้.....	137
37	แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	137
38	แสดงจำนวน และร้อยละ ในด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ไม่ซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิต ที่มีต่อ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	138
39	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	140

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

40	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ กรรมธรรม์ประกันประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	141
41	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น.....	142
42	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	143
43	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	144
44	แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่ ของแบบออมทรัพย์.....	145
45	แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่ ของแบบตลอดชีพ.....	145
46	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต.....	146
47	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	147
48	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	148
49	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	149
50	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	150
51	แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่.....	151
52	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	152
53	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการศึกษากับจำนวน เบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	153
54	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการศึกษากับระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	154

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

55	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับจำนวนเบี้ยประกัน ที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	155
56	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	156
57	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิต ที่ชำระบริษัทอื่น.....	157
58	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น....	157
59	แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น.....	158
60	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น.....	159
61	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บริษัทอื่น.....	160
62	แสดงการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่.....	160
63	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาใน การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตบริษัทอื่น.....	161
64	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น.....	162
65	แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นรายคู่.....	163
66	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัท.....	164
67	แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่.....	164
68	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับระยะเวลาใน การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น.....	165
69	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลาใน การตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น.....	166
70	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามกลุ่ม ของผู้ซื้อประกันชีวิต 2 กลุ่ม.....	167
71	ตารางสรุปผลการทดสอบตัวแปร.....	168
72	ผลลัพธ์แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกประเภทเชิงเส้นตรง Classification Function Coefficients.....	169
73	แสดงการทำนายเป็นสมาชิกของกลุ่มโดยการจำแนกประเภท ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise Method).....	170
74	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	171

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

75	แสดงผลสรุปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	180
76	แสดงผลสรุปด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมกรรม ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อ กรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	182
77	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและ ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....	186

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 จิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกับวัฒนธรรมสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม.....	37
2 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ.....	37
3 ขั้นตอนระหว่างขั้นการประเมินทางเลือกไปขั้นการตัดสินใจซื้อ.....	39

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การประกันชีวิต เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีประโยชน์มากทั้งนี้เนื่องจากการประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งยังเป็นการคุ้มครองผู้เอาประกันในด้านของการรักษาพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอก OPD กรณีอุบัติเหตุ ทุพพลภาพ ความชรา การเสียชีวิต แม้แต่เป็นการออมทรัพย์ในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมกันมาก อีกทั้งเบี้ยประกันยังสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ สูงสุดถึง 50,000 บาทต่อปี (พรรณิกา วรกุลปี. 2545 : 93) ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ผู้บริโภครู้จักการออม และเป็นประโยชน์ต่อการระดมเงินจากภาคครัวเรือนภายในประเทศ ปัจจุบันประชาชนเริ่มมีความนิยมในการทำประกันมากขึ้น จะเห็นได้จากสถิติของสมาคมประกันชีวิตในปี 2544 มีกรมธรรม์ประกันชีวิต 5,180,032 กรมธรรม์ และในปี 2545 มีกรมธรรม์ประกันชีวิตสูงขึ้นถึง 8,304,382 กรมธรรม์ (<http://www.tlaa.org/>) ณ วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2546 (เวลา 13.35 น.) จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของผู้ทำประกันภัยนั้นสูงขึ้นมากซึ่งจะเป็นผลดีต่อประเทศชาติ บริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ตัวผู้เอาประกัน ในด้านผู้เอาประกันนั้นสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ในกรณีเจ็บป่วย คุ้มครองในกรณีอุบัติเหตุ ทุพพลภาพ จะได้รับเงินชดเชยรายได้ต่อวันเนื่องจากไม่สามารถทำงานได้ ถ้าเกิดเสียชีวิตขึ้นในระหว่างอายุของกรมธรรม์จะได้รับเงินตามทุนประกันที่ได้ทำไว้กับบริษัท ในปัจจุบันนี้ประชาชนมีแนวโน้มอายุยืนยาวขึ้นซึ่งหมายถึง จะมีคนแก่เพิ่มขึ้นในสังคม จะมีผู้สูงอายุเป็นส่วนใหญ่ ผู้คนจึงตระหนักถึงการเก็บเงินกับกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นการซื้อประกันเพื่ออยู่มากกว่าเพื่อตาย นั่นคือ ผู้เอาประกันต้องการรับเงินก้อนใหญ่เมื่อครบสัญญาเป็นเป้าหมายหลัก “ประกันชีวิต” เป็นการเก็บเงินอย่างมีระบบ เป็นวิธีการซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อสามารถเก็บเงินได้ตามที่กำหนด แนวโน้มอีกเรื่องหนึ่งคือ คนส่วนใหญ่ต้องการสวัสดิการมากขึ้นโดยเฉพาะเรื่องสุขภาพ รวมทั้งความคุ้มครองอุบัติเหตุและประกันภัยโรคร้ายแรง ในขณะนี้มีบุคคลที่ประกอบอาชีพอิสระ หรือเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัวกำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บุคคลเหล่านี้อาจเคยได้รับสวัสดิการจากการเป็นลูกจ้างบริษัทหรือข้าราชการ แต่เมื่อลาออกหรือถ้าปลดออกแล้วก็ต้องซื้อประกันสุขภาพและอื่นๆ ด้วยตนเอง

จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลาหนึ่งปีที่ผ่านมา มีการเพิ่มขึ้นของกรมธรรม์สูงขึ้นมาก แสดงให้เห็นถึงบุคคลต่าง ๆ ต้องการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากขึ้น (ดังนั้นจึงได้มีการเก็บรวบรวมสถิติอัตราการเพิ่ม – ลด ลงของกรมธรรม์ของแต่ละบริษัทดังนี้)

ตาราง 1 เปรียบเทียบเบี้ยประกันรับรวมครึ่งปี 2545 -2546 ของธุรกิจประกันชีวิต

บริษัท	เบี้ยรับรวม ม.ค. - มิ.ย. 46 (ล้านบาท)	เบี้ยรับรวม ม.ค. - มิ.ย. 45 (ล้านบาท)	เบี้ยเพิ่ม/ ลด (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (%)	ส่วนแบ่ง การตลาด 2546 (%)	ส่วนแบ่ง การตลาด 2545 (%)	เปลี่ยนแปลง (%)
เอไอเอ	28,490.20	28,030.90	459.30	1.64	46.6	51.1	-4.5
อยุธยา อลิอันซ์ ซี. พี. ประกันชีวิต	6,634.30	3,833.60	2,800.70	73.06	10.8	7	3.8
ไทยประกันชีวิต	10,716.80	8,755.20	1,961.60	22.04	17.5	16	1.5
กรุงเทพประกันชีวิต	2,941.10	3,733.80	-832.70	-22.07	4.8	6.9	-2.1
ไทยสมุทรประกันชีวิต	3,573.20	3,326.60	246.60	7.41	5.8	6.1	-0.3
เมืองไทยประกันชีวิต	2,848.40	2,488.50	359.90	14.46	4.7	4.5	0.2
ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต	986.4	649.1	337.30	51.96	1.6	1.2	0.4
ไอเอ็นจี เอ็มม่า โอสดสภาประกันชีวิต	510.3	260.9	249.40	95.59	0.8	0.5	0.3
เนชั่นไวต์ประกันชีวิต	1,083.4	958.60	97.80	9.92	1.8	1.8	0
กรุงไทย แอ็กซ่า ประกันชีวิต	470.3	319.3	151.00	47.29	0.8	0.6	0.2

ที่มา : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 11 สิงหาคม 2546 หน้า 9

จากตารางจะเห็นได้ว่าบริษัท เอ ไอ เอ มีเบี้ยรับเพิ่มขึ้น 459.30 ล้านบาท อัตราการเปลี่ยนแปลง 1.64% บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีเบี้ยรับเพิ่มขึ้น 2,800.70 ล้านบาท อัตราเปลี่ยนแปลง 73.06% ในขณะที่บริษัทไทยประกันชีวิต เป็นอันดับที่สาม มีเบี้ยรับเพิ่มขึ้น 1,961.60 ล้านบาท อัตราเปลี่ยนแปลง 22.40% จะเห็นได้ว่า บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีเบี้ยประกันภัยเพิ่มขึ้นสูงมากที่สุด

ในอดีต บมจ. ประกันชีวิตศรีอยุธยา ซี เอ็ม จี เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ให้บริการในด้านการรับประกันชีวิต ประกันวินาศภัย ประกันอัคคีภัย ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2494 เป็นบริษัทที่มีลูกค้าไม่มากเท่าใดนัก ต่อมา มีการรวมบริษัทกับ บริษัทอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ที่เป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำระดับโลกที่ติดอันดับต้น ๆ ของโลก เป็นการรวมบริษัทที่ทำให้เกิดบริษัทใหม่ขึ้น ชื่อว่า บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และได้รับความนิยมมากเนื่องจากมีการนำเสนอรูปแบบของกรรมธรรม์ที่แปลกใหม่

ผู้วิจัยจึงสนใจในสิ่งที่เกิดขึ้นว่าการเพิ่มขึ้นของการทำประกันชีวิตกับ บมจ.อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มาจากสาเหตุใด มีปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจึงได้กำหนดหัวข้อในการวิจัยครั้งนี้ว่า “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นตัวอย่างในการหาสาเหตุแห่งพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต เพื่อประโยชน์ต่อบริษัทในการพัฒนาการให้บริการลูกค้า และการนำเสนอแบบของกรรมธรรม์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภคร ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคโดยจำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาถึง การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน รายละเอียดของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มากที่สุด เพื่อที่จะใช้เป็นจุดขาย นอกจากนั้นยังทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่ควรปรับปรุง เพื่อนำมากำหนดนโยบายของบริษัทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน และผู้บริโภคที่ไม่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน รวม 400 คน โดยจะใช้วิธีการเก็บ 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota) ขั้นที่ 3. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Convenience)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- 20 – 24 ปี
- 25 – 29 ปี
- 30 – 34 ปี
- 35 – 39 ปี
- 40 – 44 ปี
- 45 – 49 ปี
- 50 – 54 ปี
- 55 ปีขึ้นไป

1.1.3 อาชีพ

- นิสิต/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- กิจการส่วนตัว/ค้าขาย
- อาชีพอิสระ

1.1.4 รายได้

- ไม่เกิน 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 40,000 บาท
- 40,001 – 50,000 บาท
- 50,001 บาทขึ้นไป

1.1.5 การศึกษาสูงสุด

- ต่ำกว่า มัธยมปลาย
- มัธยมปลาย
- อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.6 สถานภาพสมรส

- โสด
- สมรส ไม่มีบุตร
- สมรส มีบุตร 1 คน
- สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน
- หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.2 การปฏิบัติของบริษัท

1.2.1 ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล

1.2.2 ความเท่าเทียมกัน

1.3 คุณลักษณะของตัวแทน

1.3.1 ความซื่อสัตย์

1.3.2 การพัฒนาการ

1.3.3 ความรู้เกี่ยวกับสัญญา

1.4 รายละเอียดของกรรมธรรม์

1.4.1 คำแถลง

1.4.2 เงื่อนไข

1.4.3 เอกสิทธิ์

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

2.1 การซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

2.2 การไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ซื้อหรือไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

2. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1. ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซึ่งถือกรรมธรรม์ที่ฉบับ ถือกรรมธรรม์แบบใด จ่ายชำระเบี้ยประกันเป็นจำนวนเงินเท่าไร ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ผู้รับประโยชน์ สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์เป็นเพราะสาเหตุใด และถือกรรมธรรม์ของบริษัทอื่นอีกหรือไม่ 2. ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และถือกรรมธรรม์ของบริษัทอื่น ซึ่งถือกรรมธรรม์แบบไหน จ่ายชำระเบี้ยประกันอย่างไร และมีเหตุใดที่ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์

4. การปฏิบัติของบริษัท หมายถึง การที่ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ได้กระทำต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ด้วยมีความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน มีความเท่าเทียมกัน และมีความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทอย่างถูกต้องและเพียงพอ มีการแสดงฐานะทางการเงินอย่างถูกต้อง และมีความชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายและนโยบายบริษัท

5. ความโปร่งใส หมายถึง การให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างเพียงพอ การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล และการรายงานผลการปฏิบัติงาน

6. ความเท่าเทียมกัน หมายถึง การที่บริษัทปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่อย่างเสมอภาค มีการใช้เกณฑ์เดียวกันในการพิจารณาการขอทำประกันชีวิต มีความเท่าเทียมกันของการกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย และใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทนแก่ลูกค้า

7. ตัวแทน หมายถึง ตัวแทนขายประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

8. คุณลักษณะของตัวแทน หมายถึง การที่ตัวแทนของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ปฏิบัติต่อผู้บริโภค เช่น ความซื่อสัตย์ การมีพัฒนาการ การมีความรู้เกี่ยวกับสัญญา

9. ความซื่อสัตย์ หมายถึง การที่ตัวแทนนำเสนอกรมธรรม์อย่างถูกต้อง การนำเสนอเบี้ยประกันอย่างทันที่ การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอกและการรักษาความลับของลูกค้า

10. การพัฒนาการ หมายถึง การที่ตัวแทนมีความรู้ในเรื่องของกรมธรรม์ใหม่ ๆ ความรวดเร็วในการเรียกร่องค่าสินไหมทดแทน มีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจและหลากหลาย การที่ตัวแทนได้รับรางวัลต่าง ๆ อีกทั้งการปรับตำแหน่งหน้าที่การงาน

11. ความรู้เกี่ยวกับสัญญา หมายถึง การที่ตัวแทนตอบข้อซักถามเกี่ยวกับรายละเอียดของกรมธรรม์ในแต่ละแบบให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสามารถแนะนำแบบของกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับลูกค้า

12. รายละเอียดของกรมธรรม์ หมายถึง รายละเอียดที่ผู้บริโภคต้องบอกกล่าวแก่ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ก่อนการทำประกันชีวิต และการศึกษาถึงรายละเอียดของกรมธรรม์ดังนี้ คำแถลง เงื่อนไข เอกสิทธิ์

13. คำแถลง หมายถึง คำชี้แจงเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกันทั้งในอดีตและปัจจุบันที่ต้องเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจริงให้กับบริษัทผู้รับประกันก่อนการทำประกันชีวิต

14. เงื่อนไข หมายถึง ข้อสัญญาที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ที่ผู้เอาประกันกับผู้รับประกันจะต้องปฏิบัติตามสัญญา

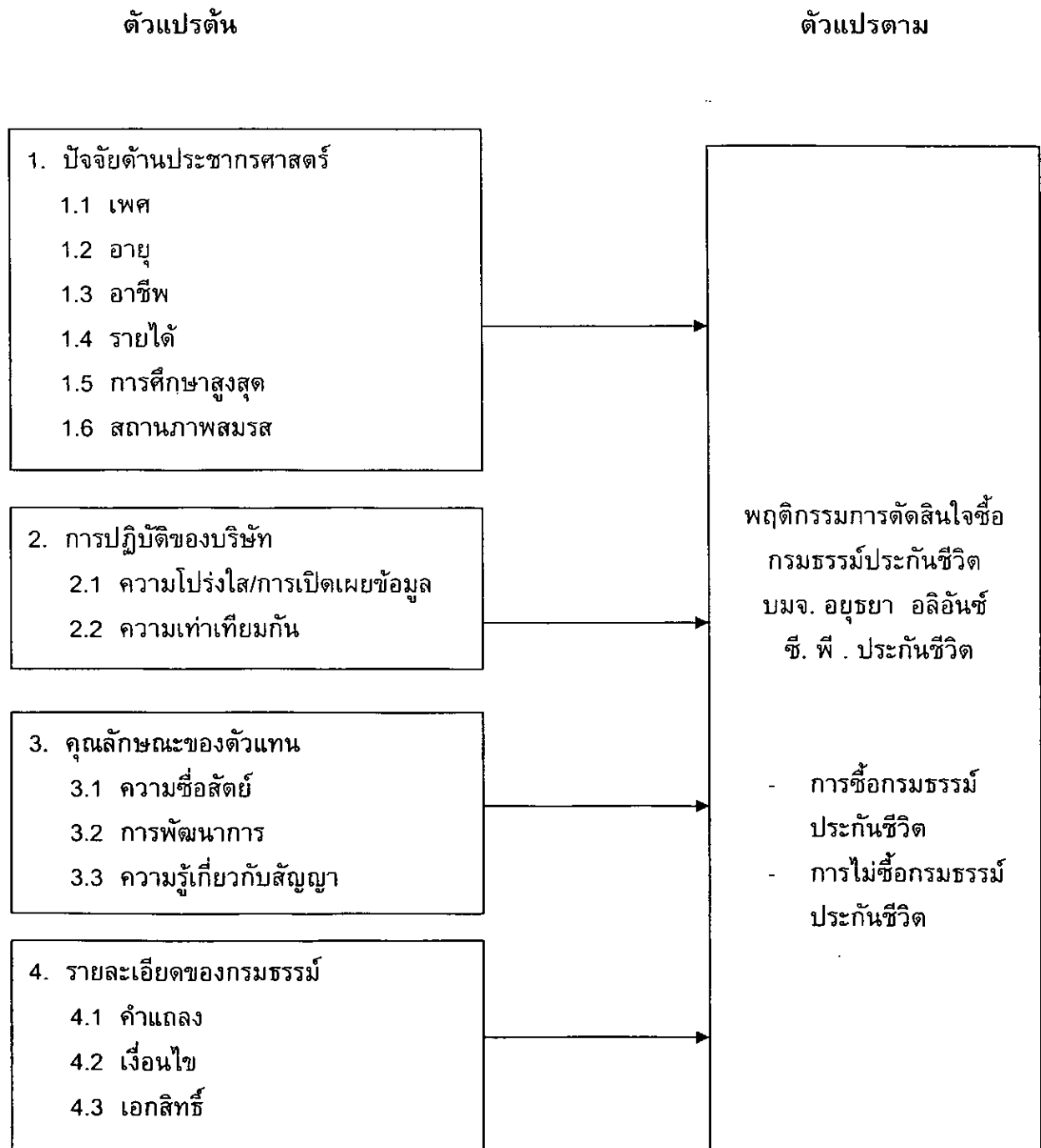
15. เอกสิทธิ์ หมายถึง สิทธิที่ผู้เอาประกันจะได้รับจากผู้รับประกันในเรื่องของระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันภัย การขอต่ออายุกรมธรรม์ การเลิกสัญญาประกันภัย การขอเปลี่ยนเป็นกรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จ การเปลี่ยนเป็นการประกันภัยแบบขยายเวลา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน

2. ความโปร่งใสของบริษัท/การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ เงื่อนไขในกรมธรรม์ เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต
2. การพัฒนาการประกันชีวิต
3. การประกันชีวิตในประเทศไทย
4. ประวัติ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต
5. พฤติกรรมผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ
6. การแบ่งส่วนตลาด
7. บริษัท
8. ตัวแทน
9. กรมธรรม์
10. เทคนิคการเลือกซื้อกรมธรรม์
11. การตลาดทางตรง
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต

1.1 ความหมายของการประกันชีวิต

คำว่า "ประกันชีวิต" มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ขอนำเสนอไว้ดังนี้

ประกันชีวิต หมายถึง (กฎ) น. ชื่อสัญญาประกันภัยชนิดหนึ่ง ซึ่งบุคคลหนึ่งเรียกว่า ผู้รับประกันภัยตกลงจะใช้เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้รับประกันภัยโดยอาศัยความทรงชีพ หรือมรณะของบุคคลคนหนึ่ง และในการนี้ผู้เอาประกันภัยตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่า เบี้ยประกันภัย ให้แก่ผู้รับประกันภัย, สัญญาประกันชีวิต ก็เรียก. (ปาก) ก. ทำสัญญาประกันชีวิต(พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พ.ศ. 2542 : 653)

การประกันชีวิต หมายถึง การประกันภัยที่การจ่ายเงินอาศัยการทรงชีพ หรือการมรณะของบุคคลเป็นเหตุในการจ่าย โดยการเฉลี่ยภัยซึ่งกันและกันที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในลักษณะการเสี่ยงภัยประเภทเดียวกันและร่วมกัน เพื่อเป็นการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับบุคคลผู้ที่ประสบเคราะห์กรรมอันเนื่องมาจากการสูญเสียชีวิต และเพื่อให้บุคคลนั้นมีฐานะเศรษฐกิจทางการเงินกลับคืนเข้าสู่สภาพเดิมเหมือนกับไม่มีการสูญเสียใด ๆ เกิดขึ้น (สมาคมประกันชีวิต. 2535 : 10)

การประกันชีวิต หมายถึง วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมมือกัน และยอมรับผิดชอบในส่วนเฉลี่ยความเดือดร้อนเกี่ยวกับรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวของบุคคลในกลุ่มนั้น การมรณกรรมของ

บุคคลที่เป็นหัวหน้าครอบครัว ย่อมทำความเดือดร้อนในเรื่องรายได้มาสู่ครอบครัวนั้น หากบุคคลผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวได้ทำการประกันชีวิตก็จะได้รับ การทดแทนการสูญเสียรายได้ ครอบครัวของบุคคลนั้นก็จะได้รับเงินจำนวนหนึ่งตามสัญญา ซึ่งสามารถช่วยแบ่งเบาความเดือดร้อนในเรื่องรายได้ (สุธรรม พงศ์สำราญ, พิงใจ พิงพานิช, วิรัช ณ สงขลา. 2542 : 21)

การประกันชีวิต หมายถึง การเฉลี่ยความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันของกลุ่มคนไทยในสังคมเมื่อมีผู้หนึ่งผู้ใดเสียชีวิตลง ทายาทก็จะได้รับเงินก้อนหนึ่งเพื่อไปจุนเจือภาระต่าง ๆ ที่ยังมีอยู่ของผู้ที่เสียชีวิตโดยคนกลุ่มนั้นต้องร่วมมือพร้อมใจกันรวบรวมเงินก้อนหนึ่งเป็นเงินกองกลาง พร้อมทั้งจะจ่ายให้กับผู้เสียชีวิตหรือทายาทของผู้เสียชีวิตทันที ซึ่งในการนี้จะต้องมีผู้ดำเนินการจัดการเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและเหมาะสม จึงได้มีบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ อาสาดำเนินการเก็บเงินและจัดสรรเงินให้กับสมาชิก โดยอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับดูแลของกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ (สคบ. สาร. 2544 : 11)

การประกันชีวิต หมายถึง การสร้างหลักประกันให้แก่บุคคลที่อยู่ในอุปการะของเราและแก่ตัวเราเอง เพราะเมื่อบริษัทได้รับใบสมัครขอทำประกันชีวิตและเบี้ยประกันของผู้เอาประกันแล้ว และถ้าบริษัทตกลงรับประกันชีวิตของผู้สมัครก็จะออกกรมธรรม์ให้ โดยกรมธรรม์และใบคำขอเอาประกันดังกล่าวคือ สัญญาประกันชีวิต ซึ่งถือเป็นสัญญาที่บริษัทประกันผูกพันตนว่าจะจ่ายเงินให้กับผู้รับประโยชน์หรือให้แก่ผู้เอาประกันเอง ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรมธรรม์นั้น (วิทยากรย์. 2543 : 40)

การประกันชีวิต หมายถึง การประกันภัยที่การจ่ายเงินอาศัยการทรงชีพหรือการมรณะของบุคคลเป็นเหตุในการจ่าย หรือหมายถึงการประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองแต่ละบุคคลต่อภัยที่ทำให้เกิดความเสียหายต่อตายได้ในอนาคต อันได้แก่ ความตาย อุบัติเหตุ การเจ็บป่วย การว่างงาน ความชราภาพ ในการประกันชีวิต ผู้เอาประกันสามารถซื้อประกันภัยบางประเภทเพิ่มขึ้นได้ เช่น การประกันสุขภาพ การประกันค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันรายได้ขณะทำการรักษาพยาบาล การประกันมะเร็ง การประกันการทุพพลภาพแบบชั่วคราวและถาวร เป็นต้น (แม่โจ้ปริทัศน์. 2545 : 50)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การประกันชีวิต หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งสร้างพันธะสัญญากับบริษัทผู้รับประกัน โดยการชำระเงินจำนวนหนึ่งเพื่อแลกกับการคุ้มครองจากการเจ็บป่วย การเกิดอุบัติเหตุ ทุพพลภาพ ความชรา และการเสียชีวิต ในกรณีที่บุคคลนั้นยังมีชีวิตอยู่ แต่เมื่อเกิดการเจ็บป่วย ได้รับอุบัติเหตุ ทุพพลภาพ ความชรา ก็จะได้รับเงินชดเชยเป็นค่ารักษาพยาบาล และเงินชดเชยรายได้เนื่องจากไม่สามารถประกอบการทำงานได้ หากบุคคลนั้นเสียชีวิตลง บริษัทจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งตามที่ได้ตกลงทำสัญญาไว้กับบริษัทให้กับผู้รับประโยชน์ เพื่อเป็นเงินช่วยเหลืออุดหนุนจุนเจือในการดำรงชีวิตอยู่สืบไป

1.2 ประวัติการประกันชีวิต

การเริ่มการประกันชีวิตนี้ ไม่มีใครทราบแน่นอนว่าได้เริ่มขึ้นเมื่อใด แต่ประเทศกรีซซึ่งมีคนนับถือศาสนาแยกออกเป็นหลายนิกายและได้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งที่นับถือศาสนานิกายเดียวกันได้จัดตั้งสมาคมขึ้นโดยมีการเก็บเงินจากสมาชิกเป็นรายเดือน ทั้งกำหนดว่าถ้าสมาชิกคนใดถึงแก่กรรม ทางสมาคมก็จะจัดการทำศพให้จนเป็นที่เรียบร้อยแต่ถ้าสมาชิกผู้ใดละเลยในการจ่ายเงินค่าสมาชิก (เก็บเป็นรายเดือน) สมาคมก็จะจัดการลงโทษ โดยสมาคมไม่ดำเนินการจัดการทำศพให้

ต่อมาในสมัยโรมัน มีการวิวัฒนาการเพื่อที่จะปรับปรุงสมาคมให้ดีกว่าเดิม จึงได้รับบุคคลทั่วไป เข้ามาเป็นสมาชิก เว้นแต่ผู้ที่มีอาชีพเป็นทหาร แต่จะสงเคราะห์ความทุกข์ยากอื่น ๆ ให้ เช่น ความชรา ทูพพลภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายไปรับตำแหน่งหน้าที่การงานอื่น (สุธรรม พงศ์สำราญ, พิงใจ พิงพานิช, วิรัช ณ สงขลา, 2542 : 16)

1.3 คุณค่าของการประกันชีวิต

1.3.1 ค่าทางความคุ้มครอง (Protection) รายได้ซึ่งอาจจะสูญเสียไปเพราะเหตุเภทภัยต่าง ๆ เช่น การตายก่อนเวลาอันควร การทุพพลภาพ และนอกจากนั้นความชราภาพก็ถือว่าเป็นภัยประการหนึ่งซึ่งคนทั่ว ๆ ไปมองข้ามความคุ้มครองที่ว่าจะประมาณได้จากจำนวนเงินเอาประกัน (Several Insured)

1.3.2 ค่าแห่งการออม (Saving) ลักษณะของการประกันชีวิตนั้นมีลักษณะของการสะสมเงินเพื่ออนาคตหรือเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างนั้น เงินที่จ่ายเป็นค่าเบี้ยประกันส่วนหนึ่งจะถูกเก็บสะสมไปเรื่อย ๆ และมีค่าพอกพูนขึ้นตามลำดับตามระยะเวลาที่สะสมและสามารถนำออกมาใช้ได้เมื่อมีความจำเป็น

1.3.3 มีคุณค่าทางการลงทุน (Investment) การประกันชีวิตนอกจากจะให้ความคุ้มครองและการออมทรัพย์ดังได้กล่าวมาแล้ว ยังมีคุณค่าของการลงทุนแฝงอยู่ในตัวด้วย ซึ่งก็คือถ้าผู้เอาประกันชีวิตทำประกันชีวิตเมื่อยังอายุน้อย ๆ เมื่อครบสัญญาเมื่อเอาประกันจะได้รับเงินมากกว่าที่จ่ายไปและถ้าหากซื้อแบบประกันชีวิตที่มีการจ่ายเงินปันผลด้วย (Participated) แล้วผู้เอาประกันก็จะได้เงินมากกว่าที่ส่งไปเป็นจำนวนมาก ๆ ซึ่งก็คือ เป็นการลงทุนแล้วได้ผลตอบแทนกลับมานั่นเอง ดังนั้นในแบบและประเภทของการประกันชีวิตที่บริษัทได้นำออกมา ก็จะมีคุณค่าของทั้ง 3 อย่างติดอยู่ ณ ตัวกรมธรรม์แต่ละแบบหรือแต่ละอย่าง

โดยทั่วไปแล้ว ผู้ที่ซื้อประกันชีวิตนั้นนอกจากจะมองเห็นคุณค่าของการประกันชีวิตดังได้กล่าวมาแล้ว ยังได้ซื้อเพราะได้มองในแง่ของวัตถุประสงค์ (purpose) ของตัวเองเป็นใหญ่ด้วยว่าเพื่ออะไรหรือกล่าวง่าย ๆ คือรู้คุณค่าของการประกันชีวิตและยอมรับถึงประโยชน์ และได้ซื้อประกันชีวิตโดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อว่า

1. เงินก้อนที่จะได้รับในกรณีที่มีการตายเกิดขึ้น
2. เพื่อเป็นเงินรายได้ในยามแก่ชรา

3. สะสมเงินไว้เพื่อการเล่าเรียนของบุตร
4. สะสมเงินเพื่อภรรยา/บุคคลอื่น ๆ ที่ตัวเองได้อุปการะเลี้ยงดู
5. ชำระหนี้สิน, การไถ่ถอนจำนอง เป็นต้น

และเพื่อสนองตอบวัตถุประสงค์ที่ชัดแจ้งของผู้เอาประกัน จึงได้มีการคิดค้นแบบกรมธรรม์ออกมาสนองวัตถุประสงค์ของผู้เอาประกันหรือตลาดในหลายๆ รูปแบบแตกต่างกันออกไป (สมาคมประกันชีวิตไทย.2535 : 29 - 30)

1.4 ประโยชน์ของการประกันชีวิต

(สมาคมประกันชีวิต. 2535 : 23 – 27) กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันภัยไว้ดังนี้

แม้ว่าหัวหน้าครอบครัวจะได้สร้างความมั่นคง เช่นแสวงหาทรัพย์สินเงินทองไว้ให้แก่ครอบครัวพอใช้จ่ายแล้ว การประกันชีวิตก็ยังมีประโยชน์ในการช่วยค่าใช้จ่ายในยามเจ็บป่วย ค่าใช้จ่ายที่มีความจำเป็นบางอย่าง และเงินสำหรับเสียภาษีได้ในกรณีที่ผู้เอาประกันถึงแก่กรรม ก่อนที่จะจัดการชำระหนี้สินต่าง ๆ ได้หมดสิ้น ด้วยเงินได้จากการประกันชีวิตครอบครัวจะได้ไม่ต้อง จำหน่ายทรัพย์สินที่มีอยู่เพื่อชำระหนี้สินดังกล่าว

ประโยชน์ส่วนบุคคล

1. เงินทุนสำหรับใช้หนี้ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการพยาบาลผู้เอาประกันก่อนมรณะและหนี้สินอื่น ๆ เช่น

1.1 ค่ารักษาพยาบาลขณะที่ผู้เอาประกันป่วยในโรงพยาบาล ค่าบริการของแพทย์ และพยาบาล

1.2 ค่าใช้จ่ายในการทำศพ

1.3 หนี้สินส่วนตัวเล็ก ๆ น้อย ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในบ้านและทรัพย์สินเข้าซื้อที่ยังมิได้ชำระราคา

1.4 หนี้สินอื่น ๆ ที่ไม่มีใบสำคัญแสดงหนี้

1.5 ค่าทนายเพื่อจัดการมรดก และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการนั้น

2. เพื่อเป็นรายได้พิเศษในระหว่างที่ผู้รับประโยชน์ปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพหลังจากที่ผู้นำครอบครัวล่วงลับไปแล้ว น้อยคนที่สามารถเปลี่ยนสภาพความเป็นอยู่จากสมัยที่หัวหน้าครอบครัวยังมีชีวิตอยู่ได้ง่าย ๆ ฐานะของผู้รับประโยชน์ภายหลังความมรณะของผู้เอาประกันย่อม ผิดแผกไปกว่าเดิมเช่นมีรายได้น้อยลงเช่นนี้จะให้บุคคลเหล่านั้นยอมรับสถานการณ์ใหม่ ๆ ในทันทีที่ตนใดมิได้จะต้องใช้เวลาพอสมควรเพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง และในระยะนี้ รายได้ของผู้รับประโยชน์ก็ไม่ควรแตกต่างกับขณะที่หัวหน้าครอบครัวยังมีชีวิตอยู่ เวลาที่ใช้ในการปรับตัวเข้ากับเหตุการณ์จะนานเท่าใดย่อมขึ้นอยู่กับมาตรฐานการทรงชีพที่เปลี่ยนแปลงไป ถ้าเปลี่ยนแปลงน้อยใช้เวลาเพียงปีเดียวหรือน้อยกว่านั้นก็ควรจะเพียงพอ

3. รายได้ในระหว่างที่ผู้รับประโยชน์ยังไม่สามารถหาเลี้ยงชีพเองได้หลังจากภรรยาและบุตรปรับปรุงตัวได้แล้วเงินที่บริษัทจะจ่ายให้ก็ควรลดลง แต่ยังควรมีรายได้จนกว่าจะหาเงินได้เองปัญหาที่ว่าควรจ่ายให้เท่าไรและนานเท่าไ่นั้นมีความเห็นดังนี้คือ

3.1 เงินที่จ่ายควรเพียงพอแก่ความจำเป็น อย่างน้อยที่สุดเงินได้จากบริษัทต้องมากพอที่จะช่วยให้ครอบครัวสามารถดำรงอยู่ได้โดยไม่เดือดร้อน และช่วยให้ภรรยาสามารถเลี้ยงดูอบรมบุตรได้เต็มที่ในระหว่างที่กำลังเจริญเติบโต เด็กอาจหางานทำได้ในเวลาว่างเพื่อช่วยครอบครัว แต่ต้องไม่มากเกินไปจนถึงกับบั่นทอนสุขภาพและการศึกษาของเด็ก ในระยะนี้การประกันชีวิตเป็นตัวจักรสำคัญที่ช่วยให้ความประสงค์ดังกล่าวบรรลุถึงจุดหมาย

3.2 การคำนวณระยะเวลาที่จะได้รับเงินได้พิเศษจากบริษัท ควรคำนึงถึงว่าเวลานี้เด็กอายุเท่าไร และจะได้รับการศึกษาถึงขั้นไหน โดยทั่วไปถ้ามีบุตรหลายคนควรให้มีรายได้พิเศษจนกระทั่งบุตรคนสุดท้ายมีอายุได้ 18 ปี และเงินได้พิเศษอาจลดลงเมื่อบุตรแต่ละคนสามารถประกอบอาชีพได้แล้วถ้าเด็กต้องได้รับการศึกษาถึงขั้นมหาวิทยาลัย ก็ต้องให้เงินอุดหนุนเป็นเวลานานขึ้น ในกรณีเช่นนี้ค่าใช้จ่ายระหว่างการศึกษาในมหาวิทยาลัยอาจเตรียมไว้โดยความคุ้มครองจากกรมธรรม์ประกันชีวิตเพื่อการศึกษาก็ได้

4. รายได้สำหรับภรรยา ความต้องการอันดับแรกของครอบครัวภายหลังความมรณะของหัวหน้าครอบครัว คือรายได้ที่จะช่วยบรรเทาความเดือนร้อนของผู้รับประโยชน์ระหว่างที่กำลังปรับตัวเข้ากับเหตุการณ์และยังช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ครอบครัวจะต้องสามารถดำรงอยู่ร่วมกันต่อไปโดยไม่แตกแยก ภรรยาบัดนี้ต้องเป็นหัวหน้าครอบครัวรายได้ของทุกคนในครอบครัวต้องนำมารวมเข้ากันเป็นกองกลางแม่เด็ก ๆ จะสามารถช่วยตัวเองได้แล้วก็ตาม ภรรยาก็มีความจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อรายจ่ายส่วนตัวซึ่งอาจหารายได้โดยหางานทำ แต่เมื่อถึงระยะนี้โอกาสที่จะทำงานหารายได้ลดลงมากแล้ว เพราะเมื่อแต่งงานแล้วผู้หญิงมักจะละทิ้งงานเดิมหย่อนสมรรถภาพและละเลยการฝึกฝนเพื่อให้ช่วยตนเองได้ยิ่งอายุมากขึ้นความชำนาญจะลดน้อยลงในที่สุดก็จะไม่แตกต่างอะไรกับคนที่ไม่เคยทำงานหรือมีความชำนาญมาก่อน การหางานทำย่อมเป็นการยาก และงานที่จะทำได้ก็เป็นประเภทที่ไม่ให้รายได้พอเพียง สามจึงจำต้องหารายได้ไว้ให้ภรรยาจนตลอดชีวิต รายได้นั้นควรพอเพียงแต่ไม่จำเป็นต้องมากจนผู้รับประโยชน์ไม่ต้องช่วยตนเองเสียเลย

5. ความจำเป็นอย่างอื่น ครอบครัวอาจจะมีเฉพาะบางประการเช่น

5.1 ค่าใช้จ่ายในการไถ่ถอนทรัพย์สินที่จำนองไว้ ในกรณีที่หัวหน้าครอบครัวถึงแก่กรรมโดยที่ยังไม่ทันได้ไถ่ทรัพย์สินจำนอง ภาระแห่งการชดใช้หนี้ดังกล่าวย่อมจะตกอยู่กับภรรยาหรือทายาท รายได้จากการประกันชีวิตจะช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้เป็นอย่างมากทีเดียว

5.2 ความจำเป็นในการศึกษา รายได้ที่ภรรยาได้รับควรพอใช้จ่ายต่อไปและพอสำหรับการศึกษาระดับมัธยมของบุตร และถ้าประสงค์จะให้บุตรได้รับการศึกษาถึงขั้นมหาวิทยาลัยก็จำเป็นต้องมีรายได้พิเศษเพื่อการนี้

5.3 การใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน เป็นความจำเป็นที่เกิดขึ้นโดยมิได้คาดหมาย เช่น การเจ็บป่วย การซ่อมแซมบ้าน หรือเหตุฉุกเฉินอื่น ๆ

6. ความจำเป็นในวัยชรา สามีที่รอบคอบมักมีการประกันชีวิตของตนเอง เพื่อไม่เป็นที่เดือดร้อนแก่บุตรและภรรยาที่จะต้องมาอุปการะตัวเอง โดยการเตรียมรายได้ไว้ใช้จ่ายในยามชราภาพหรือที่เรียกว่า “บำนาญ” วิธีนี้ก็อาจจะทำได้โดยการประกันชีวิตในแบบเงินได้ประจำ เงินบำนาญนี้บริษัทจะจ่ายให้ตลอดชีวิตของผู้เอาประกันหรืออาจคลุมถึงตัวภรรยาก็ได้

ประโยชน์ส่วนธุรกิจ

การประกันชีวิตย่อมมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจอยู่มาก กล่าวคือ

1. ประกันความเสียหายที่เกิดแก่วิสาหกิจ อันเนื่องมาจากความมรณะของเจ้าของความเจริญของธุรกิจย่อมขึ้นอยู่กับจำนวนเงินทุนที่จะใช้ในการดำเนินงานประการหนึ่ง และความสามารถของผู้เป็นเจ้าของอีกประการหนึ่ง ความมรณะของเจ้าของธุรกิจอาจทำให้ธุรกิจต้องหยุดชะงักได้หรือไม่ยอมขยายระยะเวลาในการกู้ยืมออกไป ค่าความนิยมของธุรกิจอาจเสื่อมลง การดำเนินธุรกิจอาจไม่ราบรื่นและอาจต้องเลิกล้มไปในที่สุด แต่ถ้าเจ้าของกิจการมีการทำประกันชีวิตไว้ เงินที่บริษัทประกันชีวิตจ่ายมาอาจแก้ปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ทำให้ธุรกิจสามารถประกอบการต่อไปได้ตามปกติ การประกันชีวิตนั้นเป็นที่นิยมกันในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการกู้ยืมจากธนาคาร หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ บางธนาคารมีระเบียบให้ลูกค้าของตนจัดให้มีการประกันชีวิตก่อนที่จะมีการกู้ยืมเงิน

2. ประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่วิสาหกิจ อันเนื่องมาจากความมรณะของผู้ที่เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารงานของธุรกิจนั้น ความเจริญก้าวหน้าของวิสาหกิจอาจขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถหรือความชำนาญของบุคคลบางคนโดยเฉพาะ เช่นนักค้นคว้า นักวิจัย หรือนักบริหารธุรกิจขององค์การธุรกิจนั้นเป็นต้น การประกันชีวิตบุคคลดังกล่าวก็เพื่อจะได้นำเงินที่บริษัทประกันชีวิตจะพึงจ่ายให้เมื่อบุคคลดังกล่าวถึงแก่กรรมมาชดใช้ความเสียหายที่จะเกิดขึ้นแก่วิสาหกิจ เช่นรายการหรือการค้าของบริษัทที่ต้องชะงักหรือลดลง แต่ความเสียหายนี้ยากที่จะคำนวณได้ตามปกติจึงต้องประมาณจากจำนวนรายได้ที่ต้องสูญเสียไป นับแต่บุคคลนั้นมรณะจนกว่าจะหาบุคคลอื่นมาทดแทนได้ ความเสียหายนี้อาจเป็นการชั่วคราวหรือตลอดไปก็ได้

3. ประกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น เมื่อผู้เป็นหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งของห้างหุ้นส่วนถึงแก่กรรม ตามปกติเมื่อหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งของห้างหุ้นส่วนที่ถึงแก่กรรมห้างหุ้นส่วนนั้นย่อมจะเลิกไป เงินส่วนที่เป็นของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ถึงแก่กรรมต้องคืนให้แก่ทายาทหุ้นส่วนผู้นั้น ถ้าเป็นหุ้นส่วนคนอื่น ๆ ต้องการให้หุ้นส่วนดำเนินกิจการต่อไปก็ต้องหาเงินมาจ่ายแก่ทายาทของหุ้นส่วนผู้ถึงแก่กรรมนั้น ซึ่งจะพึงได้จากการประกันชีวิตนั้นของหุ้นส่วนทุกคนไว้กับบริษัทประกันชีวิต เมื่อหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งถึงแก่กรรม เงินผลประโยชน์ที่ได้รับจากบริษัทประกันชีวิตก็จะได้นำมาจ่ายซื้อส่วนของหุ้นส่วนที่ถึงแก่กรรม

4. การจัดให้มีบำนาญแก่ลูกจ้าง นายจ้างอาจโอนความรับผิดชอบที่จะต้องจ่ายเงินบำนาญแก่ลูกจ้างโดยการประกันเงินได้ประจำแบบบำนาญประจำ

5. การจัดให้มีการประกันชีวิตหมู่ นายจ้างอาจทำการประกันชีวิตหมู่แก่ลูกจ้างทั้งหมดของตนเป็นการจัดให้มีสวัสดิการแก่คนงานด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด นายจ้างอาจเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันหรือชำระร่วมกับลูกจ้างก็ได้

6. การจัดให้มีการประกันการชำระหนี้ ในกรณีที่มีการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อหรือด้วยวิธีผ่อนชำระความมรณะของลูกค้ายาจเกิดขึ้นก่อนที่ได้ชำระหนี้สินเสร็จสิ้น ในทางปฏิบัติผู้ขายสินค้าอาจทำหน้าที่ขายกรรมธรรม์ประกันชีวิต ในจำนวนเงินเอาประกันเท่ากับจำนวนหนี้ที่ผู้เอาประกันค้างชำระอยู่ ถ้าเป็นการขายแบบผ่อนชำระก็กระทำเป็นแบบการประกันชำระระยะเวลาที่ลดลง

ประโยชน์ต่อสังคม

การประกันชีวิตดังที่ทราบกันอยู่แล้วว่าก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างมาก กล่าวคือ

1. การประกันชีวิตเป็นหลักประกันความมั่นคงในทางธุรกิจ เป็นการประกันความสูญเสียที่ไม่ได้คาดฝันไว้ด้วยเบี้ยประกันเพียงเล็กน้อย นักธุรกิจตกลงจะจ่ายเบี้ยประกันจำนวนหนึ่งแก่บริษัทประกันชีวิตซึ่งสัญญาว่าจะชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้ เพื่อทดแทนความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น เช่น อัคคีภัยอาจทำลายทรัพย์สินและสินค้าได้มากมายแต่ถ้ารู้ตัวก่อนว่าจะเกิดอัคคีภัยขึ้นก็ไม่จำเป็นต้องประกันเพราะอาจดำเนินการป้องกันไว้ก่อน แต่ใครเล่าจะล่วงรู้เหตุการณ์ในอนาคตความไม่แน่นอนว่าจะเกิดภัยขึ้นเมื่อมารวมกันในหมู่ของประชาชนก็พอจะคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดความเสียหายเท่าใดในสังคมในระยะนั้น ๆ โดยวิธีการสถิติซึ่งถ้าเป็นรายบุคคลแล้วก็อาจจะกะเนไม่ถูก การประกันภัยจึงมีคุณค่าต่อธุรกิจและมนุษย์มาก

2. การประกันชีวิตเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพแก่วงการธุรกิจ เมื่อเราสามารถรู้ขนาดความเสียหายและคาดคะเนความไม่แน่นอนได้แล้ว สมรรถภาพในการประกอบธุรกิจของผู้เอาประกันจะดีขึ้น ราคาสินค้าเป็นเครื่องหมายแห่งสมรรถภาพของการผลิตและการจำหน่าย วงการธุรกิจที่มีความไม่แน่นอน เช่น การเงินย่อมทำให้การค้ากระทบกระเทือนด้วย และเมื่อไม่ต้องเกรงว่ากิจการของตนจะถูกทำลายก็ย่อมจะทำให้นักธุรกิจดำเนินงานได้ดีขึ้น

3. การประกันภัยช่วยให้รู้ราคาต้นทุนของการเสี่ยงภัย บริษัทประกันภัยดำเนินการรับประกันภัยได้ก็โดยคำนวณหาต้นทุนของการประกันโดยการหาตัวเลขจากกฎจำนวนมากและนำไปคำนวณอัตราเบี้ยประกัน ซึ่งผู้เอาประกันภัยประเภทเดียวกันควรจ่ายเบี้ยประกันเท่ากัน และได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกัน

4. การประกันเป็นการช่วยสร้างเครดิตของผู้เอาประกันในการกู้ยืมเงิน การให้เครดิตเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจในปัจจุบันการประกันมีส่วนช่วยอยู่มาก เช่น การจำนองบ้าน ผู้รับจำนองจะตัดสินใจรับจำนองได้ง่ายขึ้นหากว่าทรัพย์สินที่จะจำนองมีประกันอัคคีภัย

5. การประกันเป็นประโยชน์แก่ชุมชนไม่เพียงแต่ช่วยให้เกิดความมั่นคงในปัจจุบันแต่รวมถึงความสามารถของชุมชนที่จะเผชิญต่อความเสียหายที่จะเกิดในอนาคตด้วยการทำตัวให้พร้อมเพื่อรับอนาคตแสดงถึงความเจริญของชุมชน และแสดงถึงผลที่แตกต่างระหว่างความมั่นคงกับความไม่แน่นอนของวงการธุรกิจ การประกันชีวิตช่วยให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันและครอบครัว ทั้งขณะที่ผู้เอาประกันยังมีชีวิตอยู่และเมื่อเสียชีวิตไปแล้ว รวมทั้งช่วยให้ผู้เอาประกันสามารถปฏิบัติ

หน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัวอีกด้วย ฉะนั้น จึงเพิ่มความผูกพันในครอบครัวและรู้จักรับผิดชอบร่วมกัน

(สุธรรม พงศ์สำราญ, พิงใจ พิงพานิช, วิรัช ณ สงขลา. 2542 : 22 – 25) กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันภัยไว้ดังนี้

1. ให้ความคุ้มครองต่อครอบครัวชีวิตของมนุษย์ ในปัจจุบันนี้อยู่กันเป็นครอบครัว ซึ่งครอบครัวเปรียบเสมือนหน่วยที่เล็กที่สุดที่ประกอบขึ้นเป็นสังคมหรือชุมชน ดังนั้น มนุษย์เราจึงมีความเกี่ยวข้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกันส่วนความรับผิดชอบขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพนี้เป็นเรื่องของแต่ละครอบครัว แต่ละครอบครัวจะมีความสุขมากน้อยเพียงใดนั้นก็เป็นเรื่องของครอบครัว

ดังนั้นในแต่ละครอบครัว ถ้าได้พิจารณาแยกรายละเอียดออกมาประการแรกก็คือ สามีและภรรยา รองลงมาก็เป็นบุตร ญาติพี่น้อง การดำรงชีพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ ซึ่งอาศัยอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่พักอาศัย เป็นต้น การที่จะได้สิ่งเหล่านี้มาก็จำเป็นต้องซื้อ (ถ้าผลิตได้ทุกอย่างก็ไม่มีปัญหาอะไร) ดังนั้นรายได้หรือเงินจึงมีความจำเป็น โดยมนุษย์เรายอมใช้แรงงานแลกเปลี่ยนเพื่อที่จะได้เงินหรือรายได้ ซึ่งโดยปกติแล้วบุคคลจะนำรายได้มาใช้จ่ายใช้สอยต่าง ๆ เมื่อเป็นดังนี้แล้วกำลังหลักสำหรับหาเลี้ยงครอบครัวก็คือ หัวหน้าครอบครัวถ้าบังเอิญเคราะห์ร้าย หัวหน้าครอบครัวเกิดมีอันเป็นไปก่อนระยะเวลาอันสมควร สมาชิกของครอบครัวก็จะประสบความยากลำบากซึ่งสภาพเช่นนี้อาจเกิดขึ้นได้เสมอด้วยเหตุนี้บุคคลที่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่มีความรักและเป็นห่วงครอบครัว สามารถที่จะทราบสภาพความเป็นจริงของชีวิต จึงได้ทำประกันชีวิต เพื่อที่จะให้ภรรยา บุตร ได้มีเงินเลี้ยงตัวเอง โดยไม่ต้องไปพึ่งพาอาศัยญาติพี่น้องและคนอื่น อีกทั้งบุตรก็สามารถได้รับการศึกษาได้ตามปกติ ถึงแม้เงินอาจจะมากหรือน้อย ก็ยังพออาศัยประทังชีวิตของครอบครัวได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือแม้แต่การจัดการศพของหัวหน้าครอบครัวซึ่งจะได้ไม่ต้องเป็นภาระกับบุคคลที่อยู่ข้างหลัง

2. ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์ จำนวนเบี้ยประกันที่ผู้เอาประกันได้ชำระให้แก่บริษัททุกงวดนั้น ส่วนหนึ่งจะถูกจัดสรรเป็นค่าคุ้มครอง หรือส่วนเฉลี่ยในการชดใช้การตายประจำปี ส่วนที่เหลือจะเป็นเงินเก็บออมในกรมธรรม์ โดยปกติแล้วเมื่อผู้เอาประกันได้ชำระเบี้ยประกันครบ 3 ปี ก็จะมีเงินจำนวนหนึ่งเก็บออมไว้และจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนปีที่ผ่านไป ตัวผู้เอาประกันได้รับสิทธิอยู่ตลอดเวลาที่จะขอยุติสัญญาและขอรับส่วนที่ได้เก็บออมไว้นี้ ในแง่นี้การประกันชีวิตก็เท่ากับการเก็บออมไว้ใช้กรณีฉุกเฉิน ส่วนการเก็บออมโดยวิธีอื่นมักไม่คงเส้นคงวาและไม่สามารถดำเนินไปได้ตลอดรอดฝั่งเพราะขาดเป้าหมายที่แน่นอนขาดการบังคับบังคับและไม่สามารถกำหนดความเฝ้าระวังใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ได้ เพราะเหตุนี้เมื่อถึงคราวเกิดความจำเป็นรีบด่วนจึงไม่สามารถมีเงินก้อนไว้ใช้ในกรณีที่ฉุกเฉินได้ ในทางตรงกันข้ามการประกันชีวิตเป็นการเก็บออมที่มีเป้าหมายแน่นอน เงินที่เก็บออมไว้นี้นำไปใช้ได้ยากมาก ยกเว้นในกรณีที่จำเป็นจริง ๆ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการประกันชีวิตคือวิธีเก็บออม “กองทุนยามฉุกเฉิน” ที่ดีที่สุด

จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันได้เก็บออมไว้นี้สามารถกู้ยืมนำไปใช้ได้ โดยไม่ทำให้ความคุ้มครองที่ผู้เอาประกันได้รับต้องเสียไป ยกตัวอย่างเช่น กรมธรรม์ประกันแบบสะสมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ในกรณีที่ผู้เอาประกันเสียชีวิตลงก่อนสัญญาครบกำหนด หรืออยู่จนครบอายุสัญญาประกันภัยในกรณีเช่นนั้นผู้เอาประกันหรือผู้รับประโยชน์ก็สามารถรับเงินที่เอาประกันไปได้ ในแง่การรับประกันชีวิตก็เท่ากับเป็นการเก็บเงินไว้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของผู้เอาประกันนั่นเองเช่น เก็บไว้ในยามชราหรือเก็บไว้เพื่อเป็นกองทุนการศึกษาของบุตรเป็นต้นนี่คือความหมายของคำว่าให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์

3. ด้านการลงทุน ความหมายของการลงทุน คือการทำเงินก้อนหนึ่งให้เกิดดอกผลออกมา ดอกผลที่ได้รับนี้เรียกว่า กำไร ส่วนการประกันชีวิตก็ถือว่าเป็นการลงทุนแบบหนึ่ง กล่าวคือ การมีกำไรหรือให้ดอกผลเช่นเดียวกับการลงทุนประเภทอื่นๆ ดอกผลประการแรกที่ผู้เอาประกันควรทราบคือ เงินเบี้ยประกันที่ชำระให้แก่บริษัทนั้น เป็นจำนวนน้อยกว่าค่าเสี่ยงภัยตามอายุของผู้เอาประกันเพียงชำระ ทั้งนี้เพราะบริษัทได้ลดดอกเบี้ยยที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนให้แก่ผู้เอาประกัน ตัวอย่างเช่น คนอายุระหว่าง 25 -26 ปี ตามตารางมรณวิสัย (mortality table) อัตราการตาย 4 คนต่อ 1,000 คน ดังนั้นโอกาสเสี่ยงการตายของคนอายุในเกณฑ์นี้คือ .004 ถ้าเราสมมติว่าบริษัทจะชดใช้ให้คนละ 100,000 บาท เมื่อรวมกันแล้วบริษัทต้องจ่ายเป็นเงิน 400,000 บาท ดังนั้น คนหนึ่ง ๆ จะต้องจ่ายเงินค่าเสี่ยงภัยที่แท้จริงคนละ 400 บาท แต่เวลาบริษัทคิดคำนวณในการเก็บเบี้ยประกัน จะเก็บคนละ 380 บาทเท่านั้น เพราะบริษัทลดดอกเบี้ยยที่คิดจะได้รับจากการลงทุนระหว่างปีให้ก่อนซึ่งเป็นหลักทั่ว ๆ ไปในการประกันชีวิตถ้าหากประกันชีวิตในระยะยาว ดอกเบี้ยที่บริษัทคาดว่าจะได้รับจากการลงทุนมากก็นำไปลดให้กับผู้เอาประกัน การทำแบบนี้สามารถทำได้กับการประกันชีวิตทุกประเภท

ประโยชน์สูงสุดของการประกันชีวิตนั้น มิใช่ผลกำไรจากการลงทุน หากได้แก่ความคุ้มครองที่ให้แก่ครอบครัวและบุคคลอันเป็นที่รักของผู้เอาประกัน หากได้เสียชีวิตลงไม่ว่าในกรณีที่ได้จ่ายเบี้ยประกันเพียงครั้งเดียวหรือเพียงสองสามครั้ง ครอบครัวก็จะได้รับการชดใช้เท่าทุนประกันทันที ผลประโยชน์รองลงมาได้แก่ การออมทรัพย์ เรื่องของผลกำไรในการประกันชีวิตนั้นเป็นเรื่องของผลพลอยได้เท่านั้น มิใช่เป็นเรื่องสาระสำคัญ การประกันชีวิตนั้นแม้ว่าจะได้กำไรน้อยแต่ก็เป็นกำไรที่แน่นอนและยังประกันต้นทุนมิให้สูญหายอีกด้วย การลงทุนด้านกิจการอื่น ๆ อาจได้กำไรมากแต่กฎทั่วไปของธุรกิจอาจได้กำไรมาก กำไรน้อย และขาดทุนได้ ฉะนั้น บุคคลใดก็ตามจะลงทุนในธุรกิจใด ๆ ถ้าได้ทำการลงทุนซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไว้ด้วยแล้วก็จะเป็นการกระทำที่สุ่มรอบคอบ เพราะหากว่าบังเอิญธุรกิจที่ได้ทำไว้ประสบความล้มเหลวตัวเขาเองก็มีหลักประกันในกรมธรรม์ประกันชีวิต

4. การประกันชีวิตทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วย ทุพพลภาพ และชราภาพ ในปัจจุบันการประกันชีวิตได้วิวัฒนาการแบบต่าง ๆ มาตามลำดับ ซึ่งมีผู้คิดประเภทของแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อที่จะสนองความต้องการให้แก่ผู้เอาประกัน และมีการครอบคลุมหลาย ๆ อย่าง เช่น การประกันการเจ็บป่วย ซึ่งทำให้ผู้เอาประกันสามารถมีรายได้ในยามเจ็บป่วย การประกันอุบัติเหตุ (Accident Insurance) ทำให้ผู้เอาประกันมีรายได้สำหรับเลี้ยงตนเองในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิง

หรือได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลในยามที่ผู้เอาประกันบาดเจ็บต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลการประกันเบี่ยงชีพในยามชราทำให้ผู้เอาประกันสามารถมีเบี่ยงชีพไปจนตลอดชีวิต ไม่ว่าจะเป็นมีชีวิตอยู่ยาวนานสักเพียงใดก็ตาม การประกันชีวิตในปัจจุบันนี้มีได้แก่แต่เฉพาะปัญหาการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตเท่านั้น หากยังแก้ปัญหาการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการเจ็บป่วย ทุพพลภาพ และชราภาพอีกด้วย

5. การประกันชีวิตก่อให้เกิดอุปนิสัยประหยัด การประกันชีวิตนอกจากจะให้ประโยชน์ในแง่ของรูปธรรมแล้ว ยังให้ประโยชน์ที่เป็นนามธรรมที่เรามองไม่เห็นอีกด้วย ประการแรกที่เห็นได้ชัดก็คือการประกันชีวิตช่วยปลูกฝังอุปนิสัยประหยัดในหมู่ของประชาชนทั่ว ๆ ไปนิสัยประหยัดเป็นสิ่งที่ดี ถ้าหากทุกคนรอบตัวมีการประหยัด รู้จักคาดคะเนถึงภัยอันอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตข้างหน้าและเมื่อมีภัยพิบัติเกิดขึ้นจริง ๆ ก็ทำให้ครอบครัวนั้นมีหลักประกันโดยไม่ต้องเป็นภาระแก่สังคมหรือบุคคลอื่น ๆ นอกจากนี้การประหยัดโดยรู้จักใช้เงินไปในทางที่เป็นประโยชน์ ยังมีส่วนเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพของเงินตราอีกด้วย

6. การประกันชีวิตช่วยปลูกฝังให้เกิดความรักและความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัว ชีวิตครอบครัวจะมีความสุขและราบรื่นนั้น ก่อนอื่นสมาชิกแต่ละคนในครอบครัวจะต้องมีความรักต่อกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวซึ่งเป็นกำลังหลักในการหาเลี้ยงครอบครัวควรมีความรักและความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อบุคคลในครอบครัว เช่น ภรรยา บุตร และต่อบุคคลอื่น ๆ ที่มาพึ่งพาอาศัยอยู่ด้วย การแสดงออกซึ่งความรักและความรับผิดชอบอย่างสมบูรณ์นั้นเห็นได้จากข้อเท็จจริงที่ว่า หัวหน้าครอบครัวจะต้องไม่คำนึงถึงแต่ความสุขเฉพาะหน้าของสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น หากยังจะต้องคำนึงถึงความสุขและความมั่นคงในอนาคตของบุคคลเหล่านั้นด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วก็ต้องหาหลักประกันให้แก่ครอบครัว แม้หัวหน้าครอบครัวจะไม่มีชีวิตอยู่บุคคลที่อยู่ข้างหลังก็สามารถมีความสุขและความมั่นคงปลอดภัยได้หัวหน้าครอบครัวจะต้องให้ความเอาใจใส่แก่เขาได้แม้จะตายไปแล้วก็ตาม นี่คือการรักและความรับผิดชอบอย่างแท้จริง

7. ให้ความคุ้มครองต่อธุรกิจเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า เศรษฐกิจของประเทศจะมีความมั่นคงหรือไม่ขึ้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความมั่นคงของธุรกิจต่าง ๆ ที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ความจริงข้อหนึ่งที่สรุปได้จากการศึกษาสภาพความเป็นจริงของธุรกิจมีอยู่ว่า ความเจริญรุ่งเรืองหรือความเสื่อมสลายขององค์การธุรกิจหนึ่ง ๆ นั้นมักขึ้นอยู่กับบุคคลที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจนั้น ๆ เช่น ประธานของบริษัท กรรมการผู้จัดการ เป็นต้น บุคคลดังกล่าวถือว่าเป็นผู้มีความชำนาญสูงได้ผ่านการศึกษาล่าเรียนและมีประสบการณ์ต่าง ๆ มาก แต่ในขณะเดียวกันบุคคลเหล่านี้ก็เป็นคนธรรมดา ซึ่งหนีไม่พ้นจากความชรา เจ็บ และตาย เขาอาจประสบกับมรณกรรมที่ไม่คาดคิดได้ตลอดเวลาผลก็คือว่าเมื่อมีการเสียชีวิตเกิดขึ้นอาจทำให้ธุรกิจนั้นชะงักหรือต้องหยุดกิจการ ด้วยเหตุนี้ถ้ามีการป้องกันไว้เสียก่อนก็ควรจะต้องมีการประกันชีวิตบุคคลที่เป็นกลไกสำคัญของงานไว้ เพื่อให้ผู้สืบทอดธุรกิจหรือผู้ที่มีหุ้นส่วนในธุรกิจสามารถมีทุนรอนในการดำเนินธุรกิจต่อไป เป็นการช่วยรักษามิให้ล้มจมและเป็นการรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วยการประกันชีวิตในลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “การประกันธุรกิจ”

8. การประกันชีวิตมีส่วนช่วยในการสะสมทุนเพื่อพัฒนาประเทศ ประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในระหว่างเร่งรัดพัฒนาปัจจัยสำคัญที่จะขาดเสียไม่ได้คือกองทุนหรือเงินก้อนใหญ่สำหรับพัฒนาประเทศ ประเทศด้อยพัฒนาทุกประเทศมักมีปัญหาเรื่องกองทุน ทำให้ต้องกู้ยืมจากต่างประเทศ ธุรกิจการประกันชีวิตเป็นรูปการระดมทุนภายในประเทศชนิดหนึ่ง กล่าวคือ เงินเบี้ยประกันที่ผู้เอาประกันได้ชำระให้แก่บริษัทเมื่อนำมารวมกันแล้วก็เป็นเงินก้อนใหญ่ สามารถให้รัฐบาลหรือเอกชนกู้ยืมไปประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ยิ่งกว่านั้นเงินเบี้ยประกันที่บริษัทได้รับจากผู้เอาประกันชีวิตเป็นเงินที่ฝากในระยะยาวเหมาะสมที่จะให้กู้ยืมไปลงทุนได้ เหตุนี้ในการตราพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2510 รัฐบาลจึงให้เหตุผลว่า “เพื่อส่งเสริมการประกันชีวิตให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น ให้ทันกับความต้องการของประชาชน เพราะการประกันชีวิตนอกจากจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทางการเงินแก่ผู้เอาประกันชีวิตแล้ว ยังเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญในการช่วยพัฒนาการเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย”

9. การประกันชีวิตส่งเสริมให้เกิดสันติสุขและความมั่นคงปลอดภัยในสังคม เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า ความปรารถนาสูงสุดของมนุษย์นั่นก็คือ ต้องการมีชีวิตอยู่อย่างผาสุก และมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตนั่นคือ ไม่มีความวิตกกังวลในอนาคตข้างหน้า ปัจจัยในการดำรงชีพที่มีอยู่จะต้องมีอยู่ต่อไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีการสะดุดหยุดลง การประกันชีวิตเป็นการชดเชยการสูญเสียรายได้อันเนื่องมาจากการเสียชีวิต ทุพพลภาพ ความชราภาพเป็นการประกันความคงอยู่ของรายได้ประกันความคงอยู่ของปัจจัยในการดำรงชีวิตนั่นก็คือ เป็นการประกันความสุขและความมั่นคงปลอดภัยของมนุษย์นั่นเอง

(ไชยยศ เหมะรัชตะ. 2540 : 4 - 5) กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันภัยไว้ดังนี้

1. มีการแบ่งเบาความเสียหายจากภัยที่อาจเกิดขึ้นแก่มนุษย์หรือกิจการของมนุษย์โดยการเฉลี่ยภาระไปคนละเล็กละน้อยในระหว่างบุคคลจำนวนมาก แทนที่จะปล่อยให้ความเสียหายตกอยู่แก่ผู้เคราะห์ร้ายที่ประสบภัย โดยการประกันภัยจะช่วยให้ผู้เคราะห์ร้ายหรือผู้เอาประกันได้มีทรัพย์สินจำนวนหนึ่งไปประกอบอาชีพได้อีก

2. ช่วยให้การประกอบธุรกิจมีความมั่นคงและส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้เพราะเมื่อต้องประสบภัย นักธุรกิจก็มีโอกาสได้รับค่าสูญเสียคืนมาเป็นผลให้สามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้อีก ซึ่งถ้าไม่มีการประกันภัยแล้วหากภัยเกิดขึ้นก็ต้องอยู่ในสภาพล้มจมและปั่นป่วน โอกาสที่จะก่อตั้งกิจการธุรกิจขึ้นใหม่ก็จะเป็นไปด้วยความยากลำบาก การประกันภัยจึงช่วยให้เกิดความมั่นคงในการประกอบธุรกิจโดยตรง

นอกจากนี้ในการลงทุนเพื่อเริ่มกิจการหรือขยายกิจการธุรกิจก็ดี หากมีการเสี่ยงภัยมากเกินไปนักธุรกิจก็อาจระงับการลงทุนนั้น แต่เมื่อได้ประกันภัยแล้วความกังวลในการลงทุนของนักธุรกิจก็ผ่อนคลายลงเป็นผลให้นักธุรกิจกล้าลงทุนเพิ่มขึ้น โดยนัยนี้การประกันภัยจึงช่วยส่งเสริมการลงทุนด้วย

3. ลดค่าใช้จ่ายหรือราคาแห่งการป้องกันการเสี่ยงภัย โดยรวมกิจการนั้นเข้าเป็นกิจการประกันภัย เพราะถ้าต่างคนต่างทำเพื่อป้องกันการเสี่ยงภัยไปตามลำพังแล้วย่อมจะรับภาระค่าชดใช้ในการป้องกันการเสี่ยงภัยแต่ผู้เดียว โดยเฉพาะในกิจการธุรกิจหากปราศจากมาตรการประกันภัย นักธุรกิจซึ่งจำเป็นต้องป้องกันความเสียหายที่จะเกิดด้วยตนเอง จะใช้วิธีบวกเอามูลค่าทรัพย์สินหรือสินค้าที่ตกอยู่ในความเสี่ยงภัยเข้าไปในราคาสินค้าและบริการด้วย ย่อมจะทำให้ราคาสินค้าและบริการสูงเกินสมควร

4. ทำให้มีแหล่งกลางสำหรับรวบรวมทุน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หากการดำเนินงานของผู้รับประกันภัยเป็นไปโดยถูกต้องตามหลักวิชาการรัฐและผู้ที่จะอาศัยเงินทุนไปดำเนินงาน ก็อาจกู้ยืมทุนซึ่งบริษัทประกันภัยได้จากเงินที่ผู้เอาประกันภัยแต่ละรายจ่ายเป็นเบี้ยประกันภัยไปดำเนินงานได้ อันจะเป็นประโยชน์แก่สังคมและประเทศชาติ

5. ช่วยสร้างเครดิตแก่ผู้เอาประกัน ซึ่งการให้เครดิตเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับการประกอบธุรกิจการค้า เช่น ถ้านักธุรกิจกู้เงินธนาคารจะต้องทำประกันชีวิตเท่ากับจำนวนเงินที่ต้องกู้ มิฉะนั้นหากผู้กู้เป็นอันตรายถึงแก่ชีวิตแล้วธนาคารก็ไม่อาจเรียกเงินกู้คืนได้ แต่เมื่อมีการประกันชีวิตธนาคารจะมีความมั่นใจในการให้กู้เงินเพราะมีหลักประกันว่าจะได้รับชดใช้คืนหรือกรณีที่มีการจำหน่ายไปประทวนสินค้า โดยใช้สินค้าที่เก็บรักษาไว้ในโกดังเป็นหลักประกันการกู้ยืม ถ้ามีการประกันโจรกรรมหรืออัคคีภัยไว้ ผู้รับจำนำย่อมยินดีรับจำนำไปประทวนสินค้านั้น ซึ่งถ้าสินค้าถูกไฟไหม้หรือถูกโจรกรรม ผู้รับจำนำก็ยังได้รับชดใช้แทนหลักประกันซึ่งต้องสูญหายหรือเสียหายไปนั้น

(วิทยากรย์. 2543 : 53 - 54) กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันภัยไว้ดังนี้

1. เป็นการให้หลักประกันที่มั่นคงแก่ครอบครัวเมื่อผู้นำครอบครัวถึงแก่กรรมกรรม คู่สมรส บุตร และผู้ที่อยู่ในอุปการะสามารถนำเงินซึ่งเป็นทุนประกันภัยที่ได้จากการทำประกันภัยไว้มาใช้จ่ายหรือผู้นำครอบครัวได้รับบาดเจ็บก็จะมีเงินจำนวนหนึ่งมาชดเชยรายได้ที่สูญเสียไปขณะที่ทำการรักษาพยาบาล (เมื่อมีการทำประกันการสูญเสียชีวิต)

2. เป็นการให้ความคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเมื่อเกิดความสูญเสียหรือความเสียหายขึ้นตามที่ได้กำหนดไว้ในกรมธรรม์ บริษัทประกันก็จะชดใช้ความสูญเสียหรือความเสียหายนั้น

3. ส่งเสริมให้มีการออมทรัพย์เพราะการประกันชีวิตส่วนหนึ่งจะเป็นการให้ความคุ้มครองการตาย และอีกส่วนหนึ่งเป็นการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันจะได้ผลตอบแทนจากการออมทรัพย์ในส่วนนี้

4. เป็นแหล่งกู้ยืมเงิน เมื่อผู้เอาประกันชีวิตมีปัญหาทางการเงิน ผู้เอาประกันสามารถกู้ยืมเงินจากบริษัทประกันได้ในวงเงินไม่เกินจำนวนทุนประกันและต้องเสียดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราที่บริษัทประกันได้กำหนดไว้

5. ประโยชน์ด้านการลงทุนบริษัทประกันภัย จะนำเงินส่วนหนึ่งที่ได้รับอนุญาตจากกรมการประกันภัย ให้สามารถนำไปลงทุนได้ไปลงทุนหารายได้เพื่อให้ได้ผลกำไร ผู้เอาประกันจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนนี้ด้วยในกรณีที่ทำประกันชีวิตประเภทที่มีเงินปันผล

6. เป็นการระดมทุนเพื่อการพัฒนาประเทศ บริษัทประกันภัยสามารถนำเงินที่ได้ซึ่งเป็นเงินก้อนใหญ่ไปให้ภาครัฐบาลหรือเอกชนกู้ยืมเพื่อการพัฒนาประเทศ

7. เป็นการลดภาระทางการเงินเมื่อต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล เพราะการประกันภัยส่วนหนึ่งเราสามารถซื้อการประกันภัยเพิ่มที่มีการประกันการเจ็บป่วย หรือการปรับประกันอุบัติเหตุ เมื่อต้องเข้ารับการรักษาตัวที่โรงพยาบาล บริษัทประกันก็จะเป็นผู้ชดเชยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้แทน

8. การประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ไม่เกิน 10,000 บาท

9. เป็นการลดภาระทางสังคมเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลให้แก่รัฐบาลเมื่อเราทำประกันชีวิตและทำการประกันสุขภาพด้วย เมื่อเกิดการเจ็บป่วยขึ้นบริษัทเป็นผู้รับภาระด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลแทนรัฐบาลสามารถลดงบประมาณด้านการรักษาพยาบาลในส่วนนี้ลงได้

(สคบ. สาร. 2544 : 11) กล่าวถึงประโยชน์ของการประกันภัยไว้ดังนี้

1. เป็นหลักประกันความมั่นคงของรายได้ในครอบครัวทั้งทางด้านชีวิตและการเงินเนื่องจากการประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ที่มีผลประโยชน์ตอบแทนที่แน่นอน

2. เป็นการฝึกวินัยและสร้างนิสัยในการออม เนื่องจากการประกันชีวิตมีการกำหนดให้มีการฝากเบี้ยเป็นรายงวดที่แน่นอน

3. ผู้ทำประกันสามารถนำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ได้

4. เป็นการช่วยลดภาระให้กับสังคมเพราะเงินเอาประกันชีวิตจะสามารถนำมาบรรเทาความเดือดร้อนของครอบครัวได้

5. สร้างประโยชน์ต่อประเทศชาติ เนื่องจากบริษัทประกันชีวิตเปรียบเสมือนแหล่งระดมเงินออม ทำให้มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น สำหรับบริษัท จะนำไปลงทุนธุรกิจต่าง ๆ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจ และมีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นทำให้ประชาชนมีรายได้ยกมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น

6. มีกรรมธรรม์ให้เลือกหลายแบบตามความเหมาะสม และความต้องการ

1.5 ประเภทของการประกันชีวิต

ประเภทของการประกันชีวิตแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1.5.1 การประกันชีวิตแบบสามัญ เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลเพื่อกระจายความเสี่ยงในกลุ่มผู้เอาประกันภัยมีผู้ที่รายได้ปานกลางถึงสูงเป็นกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะสำคัญ คือ จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 50,000 บาทขึ้นไป ชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด คือ รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน หรือรายปี มีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ก็ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินเอาประกันภัย อายุ และสุขภาพของผู้เอาประกันชีวิตเป็นเกณฑ์

1.5.2 การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลเหมือนแบบสามัญแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยบุคคลที่มีรายได้น้อย กรรมกรหรือคนงานในโรงงานให้สามารถทำ

ประกันชีวิตได้ จำนวนเงินเอาประกันมักจะต่ำกว่า 100,000 บาท การชำระเบี้ยประกันขึ้นกับเงื่อนไขที่ได้ทำไว้กับบริษัทไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ ยกเว้นกรณีที่สงสัยว่าจะมีอัตราเสี่ยงสูง

1.5.3 การประกันชีวิตแบบกลุ่ม เป็นการประกันชีวิตของบุคคลหลาย ๆ คนภายใต้กรมธรรม์เดียวกัน เป็นการกระจายความเสี่ยงไปในคนหมู่มาก ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพและไม่มีการพิจารณาสมาชิกเป็นรายบุคคลกลุ่มที่เอาประกันชีวิตได้จะต้องมีความสัมพันธ์กัน เช่นสมาชิกสมาคมการค้า สมาชิกในสหภาพแรงงานหรือระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง โดยกลุ่มที่ทำประกันส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป (ปราสาทสังข์ ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์. 2540 : 26 – 27)

1.6 แบบของประกันชีวิต

การประกันชีวิตมีแบบพื้นฐาน 4 แบบ ดังนี้

1.6.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลาหรือแบบเฉพาะกาล

1.6.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

1.6.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

1.6.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

1.6.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลาหรือแบบเฉพาะกาลเป็นการประกันชีวิตที่มุ่งให้ความคุ้มครองการตายของผู้เอาประกันภัยในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในช่วงระยะเวลาที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิตเท่านั้น ดังนั้นจึงมีเบี้ยประกันภัยต่ำนับว่าเหมาะสำหรับผู้ที่มียาได้ไม่สูงพอที่จะซื้อการประกันชีวิตแบบอื่นในจำนวนเงินประกันภัยเท่ากัน แต่ถ้าเขามีรายได้เพิ่มขึ้นก็อาจขอเปลี่ยนเป็นแบบตลอดชีพหรือแบบสะสมทรัพย์ได้

1.6.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ เป็นการประกันชีวิตที่มุ่งให้ความคุ้มครองผู้เอาประกันภัยตลอดชีวิต ไม่ต้องคอยต่อสัญญาใหม่เหมือนแบบเฉพาะกาล บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตไปแล้ว จึงเหมาะสำหรับผู้เอาประกันภัย ที่ต้องการเตรียมเงินก้อนหนึ่งไว้ให้ผู้ที่อยู่ในอุปการะได้ใช้หลังจากที่ตนเสียชีวิตไปแล้ว นอกจากนี้กรมธรรม์แบบนี้เมื่อครบสัญญา 3 ปี ขึ้นไปจะมีผลเป็นเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ ซึ่งผู้เอาประกันภัยมีสิทธิขอกู้เงินจากบริษัทประกันชีวิตได้โดยมีกรรมธรรม์ของตนเป็นเครื่องค้ำประกันแต่จำนวนเงินที่จะขอกู้ต้องไม่เกินเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์

การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ แบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ

1. ชำระเบี้ยประกันภัยภายในกำหนดระยะเวลาหนึ่ง

2. ชำระเบี้ยประกันภัยตลอดชีวิต หรือเมื่อผู้เอาประกันภัยมีอายุครบ 99 ปี

1.6.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เป็นการประกันชีวิตที่มุ่งให้ความคุ้มครองและการออมทรัพย์ ในขณะที่เดียวกันบริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับ

ประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ ถ้าผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนกรมธรรม์ประกันชีวิตครบกำหนดสัญญา เขาก็จะได้รับจำนวนเงินเอาประกันชีวิตก่อนนี้ไว้ใช้เอง

1.6.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ เป็นการประกันชีวิตที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีประสงค์ จะเก็บเงินเพื่อเป็นหลักประกันว่าจะมีรายได้ในวัยชรา โดยให้บริษัทจ่ายเงินเป็นรายเดือนหรือราย งวดภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือจนกว่าเขาจะเสียชีวิต ดังนั้นผู้เอาประกันภัยจึงมั่นใจได้ว่าแม้เขา จะมีอายุยืนยาวแต่เขาก็ยังคงมีเงินได้จากการประกันชีวิตมาเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีพ

การประกันชีวิตพื้นฐานทั้ง 4 แบบ นี้บริษัทได้ดัดแปลงเป็นการประกันชีวิตแบบต่าง ๆ ได้ เป็นหลาย ๆ แบบ และได้ตั้งชื่อแบบทางการค้าต่าง ๆ กัน นอกจากนี้ผู้เอาประกันภัยยังสามารถเพิ่มความคุ้มครองการเสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพหรือหย่อนกำลัง ความสามารถที่จะประกอบการทำงานตามปกติได้ และค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วยได้อีกโดยการทำ สัญญาแบบที่ต้องการและจ่ายเบี้ยประกันภัยเพิ่มเติม (นภพร เรื่องสกุล, อวรรณ ศรีอุดม. 2533: 50 – 51)

1.7 อธิบายศัพท์ประกันชีวิต

1.7.1 กรมธรรม์ประกันภัย เอกสารสำคัญที่บริษัทประกันภัยออกให้แก่ผู้เอาประกันภัย โดยมีเนื้อความตามสัญญา และมีรายการสำคัญซึ่งกฎหมายกำหนดไว้ เอกสารฉบับนี้จะมีชื่อบริษัท รับประกันภัยและมีลายมือชื่อของผู้รับประกันภัย

1.7.2 การประกันชีวิต การประกันภัยอย่างหนึ่ง ซึ่งมีข้อตกลงว่าบริษัทประกันภัยจะใช้ เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมหรือผู้เอาประกันภัยยังมีชีวิตอยู่ ในขณะที่สัญญาครบกำหนดหรือตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

1.7.3 การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยแบบหนึ่ง ซึ่งสัญญาว่าจะใช้ค่า สินไหมทดแทนหรือใช้เงินจำนวนหนึ่งหากผู้เอาประกันภัยได้รับบาดเจ็บ สูญเสียอวัยวะหรือถึงแก่ ความตายเนื่องจากเหตุที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันไม่ได้คาดหวังก่อน และไม่มีเจตนาให้เกิดขึ้นโดย บุคคลใด ๆ

1.7.4 ค่าสินไหมทดแทน จำนวนเงิน หรือการซ่อมแซม หรือการหาสิ่งทดแทนของที่ เสียหายหรือสูญเสียนั้น โดยใช้ให้ตามจำนวนที่วินาศจริงแต่ไม่เกินจำนวนเงินเอาประกันภัย

1.7.5 เงินค่าเวนคืนกรมธรรม์เงินที่จะจ่ายให้เมื่อบอกเลิกสัญญาประกันชีวิตในกรมธรรม์ ที่มีมูลค่าเงินสด

1.7.6 จำนวนเงินเอาประกันภัยจำนวนเงินที่บริษัทประกันภัยจะต้องรับผิดชอบใช้ให้แก่ ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ เมื่อเกิดความเสียหายหรือความสูญเสียตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

1.7.7 ตัวแทนประกันชีวิต บุคคลที่บริษัทประกันภัยแต่งตั้งให้เป็นตัวแทน เพื่อทำการ ชักชวนให้บุคคลอื่นเข้าทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

1.7.8 บริษัทประกันภัย บริษัทจำกัดที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจการประกันภัย ตามกฎหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

1.7.9 เบี้ยประกันภัย จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยชำระให้แก่ผู้รับประกันภัย เพื่อที่จะได้รับประโยชน์หรือค่าสินไหมทดแทนเมื่อตนเสียชีวิตหรือได้รับความเสียหาย

1.7.10 ผู้รับประกันภัย คู่สัญญาในกรมธรรม์ประกันภัยฝ่ายซึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ เมื่อเกิดเหตุการณ์ตามที่กรมธรรม์ตกลงว่าจะให้ความคุ้มครอง

1.7.11 ผู้รับประโยชน์ ผู้ที่จะได้รับค่าสินไหมทดแทนหรือรับจำนวนเงินเอาประกันภัยจากผู้รับประกันภัยเมื่อเกิดเหตุการณ์ตามที่ผู้เอาประกันภัยไว้ เช่นการประกันอัคคีภัยอาคาร หรือการประกันชีวิต ผู้รับประโยชน์อาจจะเป็นตัวผู้เอาประกันภัยเองหรือทายาทหรือบุคคลซึ่งมีชื่อระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

1.7.12 ผู้เอาประกันภัยคู่สัญญาในกรมธรรม์ประกันภัยฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งเบี้ยประกันภัยในนามของตนเองหรือในนามของบุคคลอื่นให้แก่บริษัทประกันภัยเป็นการแลกเปลี่ยนความคุ้มครองภัยจากบริษัทประกันภัยตามข้อตกลงในกรมธรรม์ประกันภัย

1.7.13 ระยะยกเว้นการคุ้มครองการเสียชีวิต ช่วยระยะเวลาที่ผู้รับประกันภัยไม่ต้องรับผิดชอบใช้เงินเอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตด้วยโรคใดๆ แต่จะคืนเบี้ยประกันภัยที่ชำระแล้วให้

1.7.14 อนุสัญญา บางบริษัทเรียกว่า สัญญาเพิ่มเติม ซึ่งผนวกกับกรมธรรม์ประกันชีวิตหลัก เพื่อให้ได้รับความคุ้มครองเฉพาะเหตุเพิ่มขึ้น เช่น คุ้มครองสุขภาพ (นภพร เรื่องสกุล, อรรถวรรณ ศรีอุดม. 2533 : 74 -76)

1.8 กฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต

ลักษณะสัญญาประกันภัยตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 861 บัญญัติว่า “อันว่าสัญญาประกันภัยนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้ในกรณีวินาศภัยหากมีขึ้น หรือในเหตุอย่างอื่นในอนาคตตั้งได้ระบุไว้ในสัญญาและในการนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่า เบี้ยประกันภัย” (ไชยยศ เหมะรัชตะ.2536 : 2)

สัญญาประกันชีวิต คือสัญญาประกันภัยอันกำหนดจำนวนเงินแน่นอนกล่าวคือ เป็นสัญญาซึ่งบุคคลคนหนึ่งตกลงใช้เงินจำนวนหนึ่งให้ในเหตุอย่างอื่น (ความตาย) ในอนาคตตั้งได้ระบุไว้ในสัญญา และในการนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเสริมซึ่งเรียกว่าเบี้ยประกัน

จากบทวิเคราะห์นี้ มิได้หมายความว่าเฉพาะการประกันชีวิตเท่านั้นแต่อาจหมายความรวมถึงการประกันภัยอย่างอื่นอีกได้ด้วยเช่น การประกันอุบัติเหตุต่อร่างกายกล่าวคือเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่บุคคลทำให้บุคคลนั้นถึงตาย หรือพิการ หรือสูญเสียอวัยวะโดยผู้รับประกันตกลงจะใช้เงินจำนวนแน่นอนตามที่กำหนดตามส่วนแห่งการสูญเสียได้แก่ ถ้าตายก็จะจ่ายตามจำนวนเงินซึ่งเอาประกัน หรือถ้า

สูญเสียตาข้างหนึ่งผู้รับประกันภัยก็จะจ่ายร้อยละ 50 ของจำนวนเงินซึ่งเอาประกันเป็นต้น การประกันแบบนี้ย่อมเป็นการประกันชีวิตอย่างหนึ่งตามกฎหมายไทย และย่อมบังคับกันได้ตามกฎหมายเรื่องประกันชีวิต

การตายโดยอุบัติเหตุ เช่นถูกงูพิษกัดตายโดยบังเอิญ (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1002/2505) หรือหกล้มขณะลงจากรถจนทำให้หมดสติแตกปริจนถึงแก่ความตาย (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 529/2513)

แต่ถ้าการประกันอุบัติเหตุที่ไม่ถึงตายนั้นได้มีการตกลงในการจ่ายเงินทดแทนความเสียหาย ซึ่งคำนวณเป็นเงินได้ความเสียหายนี้ย่อมจัดเข้าเป็นวินาศภัยอย่างหนึ่งซึ่งบังคับตามบทบัญญัติเรื่องประกันวินาศภัย ถือค่าสินไหมทดแทนไม่เกินค่าเสียหายที่แท้จริง เช่น ผู้เอาประกันสับอุบัติเหตุชนขาขาด ผู้รับประกันจะชดเชยค่ารักษาพยาบาลและค่าอวัยวะปลอมให้ ดังนั้นย่อมเป็นประกันวินาศภัยอย่างหนึ่ง (ไชยยศ เหมะรัชตะ. 2536 : 4 – 5)

2. การพัฒนาการประกันชีวิต

นายริชาร์ด มาร์ติน (Richard Martin) ตัวแทนการประกันภัยทางทะเลในประเทศอังกฤษ กับตัวแทนอีก 15 คน ได้ตกลงรับทำการประกันชีวิตมนุษย์ ดังนั้น ในวันที่ 18 มิถุนายน ค.ศ. 1583 จึงได้ตกลงรับประกันนายวิลเลียม กิบบิ้นส์ (William Gybbons) โดยตกลงว่า นายกิบบิ้นส์จะต้องจ่ายเงินเป็นจำนวน 80 ดอลลาร์ จากคณะตัวแทนทั้ง 16 คน รวมกันจ่ายให้ ต่อมาวันที่ 9 พฤษภาคม นายกิบบิ้นส์ถึงแก่กรรม ซึ่งความจริงแล้วสัญญาครบกำหนดในวันที่ 20 พฤษภาคม บรรดากลุ่มตัวแทนทั้งหมดรู้สึกผิดหวังมากในการเลือกรับประกันภัยรายนี้ เพราะพวกเขาคิดว่าระยะเวลาการคุ้มครองควรจะเป็น $28 \times 12 = 336$ วัน (28 วันเท่ากับ 1 เดือน) ต่อมาก็ได้มีการฟ้องร้องศาล ในที่สุดศาลตัดสินให้จ่ายเงินจำนวน 2,000 ดอลลาร์ ให้แก่ทายาทของนายกิบบิ้นส์

ในปี ค.ศ. 1698 บริษัทเมอร์เซอร์แห่งประเทศอังกฤษ ได้ริเริ่มการประกันแบบบำนาญหรือรายได้ประจำ โดยมีข้อแม้ว่าผู้รับประโยชน์จะต้องเป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้เอาประกันการประกันแบบนี้เริ่มมีการช่วยเหลือโดยรัฐบาล คือ รัฐบาลยินยอมเข้ามาค้ำประกันเพราะเกรงว่าบริษัทอาจล้มละลายได้

ต่อมาปี ค.ศ. 1699 ได้มีสมาคมดำเนินการประกันชีวิตให้แก่บรรดาพวกแม่หม้าย และเด็กกำพร้าขึ้นอย่างจริงจัง โดยมีสมาชิกถึง 2,000 คน การเก็บเงินจากสมาชิกนี้เก็บถึง 1.20 ดอลลาร์ต่อสัปดาห์ เงินที่เก็บมานี้ได้รวบรวมไว้เป็นกองทุน และคาดว่าจะอย่างน้อยเงินกองทุนควรจะเป็นเงิน 2,400 ดอลลาร์ เงินก้อนนี้พร้อมที่จะจ่ายให้แก่สมาชิก เมื่อสมาชิกคนใดคนหนึ่งถึงแก่กรรม ทางสมาคมใช้หลักในการพิจารณาเลือกสมาชิกโดยพิจารณาถึงสุขภาพ อายุ แต่มีข้อแม้คือ ไม่รับประกันบุคคลที่มีอาชีพเป็นทหารและในกรณีที่สมาชิกขาดการชำระเงินค่าสมาชิกให้แก่สมาคมภายใน 7 วัน ทางสมาคมก็จะถือว่าสัญญาขาดอายุลง

จึงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่ว ๆ ไปว่า บริษัทที่มีการรับประกันชีวิตได้ดำเนินกิจการในรูปของสมาคมซึ่งเรียกว่า Equitable of Lives and Survivorships หรือเรียกกันโดยทั่ว ๆ ไปว่า Old Equitable การดำเนินการได้เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1756 โดยบุคคล 2 คน ชื่อ นายโทมัส ซิมป์สัน (Thomas Simpson) และนายเจมส์ ดอดสัน (James Dodson) คือรับทำการประกันชีวิตบุคคลทั่ว ๆ ไปโดยอาศัยตารางมรณะเป็นหลักสำคัญ การชดใช้ค่าสินไหมทดแทนโดยตกลงจะจ่ายให้เท่าที่จะหาเงินได้

ในระยะที่ Old Equitable ดำเนินกิจการอยู่นั้น ได้มีผู้พยายามคิดและกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขของสัญญา ตัวอย่างเช่น การขาดชำระเบี้ยประกัน 30 วัน ถือว่ากรมธรรม์ฉบับนั้นขาดอายุลง การปรับปรุงสัญญาจะกระทำภายในระยะเวลา 3 เดือน เพื่อให้สัญญา กลับมีผลบังคับใช้ดังเดิม การจ่ายคืนเงินเบี้ยประกันนี้จะจ่ายให้มากกว่าจำนวนเงินเอาประกันที่ได้ชำระมาให้กับ Old Equitable ซึ่งปัจจุบันเรียกว่า เงินปันผล ข้อแตกต่างของ Old Equitable กับบริษัทประกันชีวิตในปัจจุบันคือ Old Equitable ไม่มีตัวแทนขายประกันชีวิตถ้าบุคคลใดจะซื้อสัญญาประกันชีวิตก็สามารถติดต่อโดยตรงกับ Old Equitable ได้ (สุธรรม พงศ์สำราญ, 2542 : 16-17)

3. การประกันชีวิตในประเทศไทย

เมื่อ พ.ศ. 2368 สมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสั่งซื้อเครื่องพิมพ์จากประเทศอังกฤษ โดยบรรทุกมากับเรือสินค้าเกรงว่าจะเกิดความเสียหายระหว่างทางจึงโปรดเกล้าฯ ให้มีการประกันภัยเครื่องพิมพ์ดังกล่าวระหว่างการขนส่งในพระปรมาภิไธยของพระองค์ นับเป็นการประกันภัยครั้งแรกของคนไทย

จากนั้นธุรกิจประกันภัยเริ่มแพร่หลาย ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องจากชาวตะวันตกเข้ามาประกอบการค้าในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก บริษัทห้างร้านของฝรั่งหลายแห่งรับเป็นตัวแทนให้กับบริษัทประกันภัยในยุโรป เช่น ห้างบอร์เนียว ซึ่งก่อตั้งในปี พ.ศ. 2399 เป็นตัวแทนของบริษัท เนเธอร์แลนด์-อินเดีย ซี แอนด์ไฟร์อินชัวรันส์ (NETHERLAND INDIA SEA AND FIRE INSURANCE COMPANY) นอกจากนั้นก็ยังมีห้างสก๊อต (พ.ศ. 2399) และห้างบีกเบนแม็ก (พ.ศ. 2401) (ประกันชีวิต 2001, 2542: 15)

ครั้นในสมัยรัชกาลที่ 5 คณะทูตจากประเทศอังกฤษขอพระราชทานอนุญาตให้บริษัท อีสต์เอเชียติก (EAST ASIATIC) ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตสำหรับคนไทย และชาวต่างชาติในไทย โดยเป็นตัวแทนของบริษัทเอควิตาเบิล ประกันภัย (EQUITABLE INSURANCE) แห่งกรุงลอนดอน คนไทยคนแรกที่เป็นผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตคือ สมเด็จพระยาบรมมหาราชศรีสุริยวงศ์

สำหรับห้างฝรั่งในยุคนั้น ที่เป็นทั้งตัวแทนของบริษัทรับประกันภัย และตัวแทนของบริษัทประกันชีวิตของต่างประเทศได้แก่ ห้างสยามฟอเรสต์ เป็นตัวแทนของ COMMERCIAL UNION ASSURANCE COMPANY, ห้างเบนเมเยอร์ เป็นตัวแทนของ NORTHERN LIFE INSURANCE

COMPANY OF BERLIN และห้างหลุยส์ ที่ เลียวโนเวนส์ เป็นตัวแทนของ CHINA MUTUAL LIFE INSURANCE COMPANY

หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ประกันชีวิตในยุโรปและอเมริกาได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง ระยะนั้นจึงทำให้นักธุรกิจประกันชีวิตต่างประเทศ เข้ามาดูแลตลาดเพื่อเตรียมการขยายกิจการประกันชีวิตในประเทศไทย พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นว่า ธุรกิจประกันภัยเริ่มเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย จึงประกาศให้ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องมีการขออนุญาตในการประกอบการ ซึ่งต่อมา “พระราชบัญญัติลักษณะห้างหุ้นส่วนและบริษัท ร.ศ. 130” ก็ประกาศใช้บังคับเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2454 โดยระบุในมาตรา 115 ว่า “ห้ามมิให้บริษัทเดินรถไฟ รถยนต์ บริษัทประกันภัยต่าง ๆ บริษัททำการคลังการเงินตั้งขึ้นโดยมิได้รับพระบรมราชานุญาตแต่กฎหมายดังกล่าวก็ยังมิได้มีการกำหนดเงื่อนไขเพื่อควบคุมการดำเนินธุรกิจประกันภัยในรายละเอียดแต่อย่างใด

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 การประกอบการธุรกิจประกันภัยได้ให้ความสำคัญในทางกฎหมายมากขึ้น วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2467 มีการประกาศใช้กฎหมายที่มีเนื้อหาครอบคลุมธุรกิจประกันภัยโดยในพระราชกฤษฎีกา ให้ใช้บังคับบัญญัติประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 มีบทบัญญัติในลักษณะ 22 ว่าด้วย หุ้นส่วนและบริษัทในมาตรา 1014 กำหนด “ห้ามมิให้บริษัทที่ประกอบกิจการประกันภัยตั้งขึ้นโดยมิได้มีประกาศพระราชทานพระบรมราชานุญาตพิเศษ” และยังได้ระบุถึงการทำสัญญาประกันภัยโดยมีบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ และความเกี่ยวพัน ระหว่างธุรกิจประกันภัย ผู้เอาประกันภัย และผู้รับประกันภัยด้วย แต่ก็ไม่ได้มีบทบัญญัติว่าด้วยการควบคุมอีกเช่นกัน

ในช่วงนั้นบริษัทประกันชีวิตที่ได้มีการดูแลตลาดทางธุรกิจไว้แล้ว ได้ติดต่อขออนุญาตประกอบธุรกิจกับกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ซึ่งมีเสด็จในกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินเป็นเสนาบดี อย่างไรก็ตามขณะนั้นกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมยังไม่พร้อมที่จะให้มีการประกอบธุรกิจประกันชีวิตเนื่องจากเห็นว่าการประกันชีวิต และการประกันวินาศภัยเป็นธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสาธารณชนในด้านความผาสุกและปลอดภัย จึงจำเป็นต้องกำหนดระเบียบปฏิบัติในการควบคุมธุรกิจให้มีมาตรฐานที่ดีและปลอดภัยเพื่อคุ้มครองรักษาผลประโยชน์ของประชาชนก่อน

อย่างไรก็ตามในที่สุดปี 2471 ก็มีการประกาศกฎหมายชื่อ “พระราชบัญญัติควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบกระทั่งถึงความปลอดภัยหรือผาสุก แห่งราชอาณาจักร พ.ศ. 2471” ซึ่งในมาตรา 7 ระบุว่า “ห้ามมิให้บุคคลผู้ใดประกอบกิจการประกันภัย ธนาการออมสิน เครดิตฟองซิเอร์ หรือกิจการอื่น อันมีสภาพคล้ายคลึงกันในกรุงสยาม เว้นแต่จะได้ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะการนั้น” และนี่คือกฎหมายฉบับแรกที่พูดถึงการควบคุมธุรกิจชนิดนี้

การเปิดทางให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิต และประกันวินาศภัย เริ่มเกิดอย่างจริงจังเมื่อปี 2472 โดยในวันที่ 31 กรกฎาคม 2472 ที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ได้ประกาศกำหนดเงื่อนไขการขออนุญาตประกอบธุรกิจประกันภัยทั้งประกันชีวิตและประกันวินาศภัย ซึ่งเงื่อนไขทั้ง

2 ฉบับได้ทำขึ้นเป็นภาษาอังกฤษเพราะบริษัทที่ขออนุญาตประกอบธุรกิจการประกันภัยในระยะแรกนี้เป็นบริษัทประกันภัยต่างประเทศเกือบทั้งหมด โดยมีประมาณ 20 กว่าบริษัท ที่ขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกัน ในระหว่าง พ.ศ. 2472- 2473

บริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการประเภทกิจการประกันภัย ในระยะนั้นได้แก่ บริษัท โตเกียว มารีน แอนด์ ไฟร์ อินชัวร์นส์ จำกัด ของญี่ปุ่น โดยมี บริษัท มิตซูชิ บุซันไกชา เป็นตัวแทนในประเทศไทย, บริษัท เตียอันเป่าเฮียม จำกัด ซึ่งจดทะเบียน เป็นบริษัทจำกัดในประเทศไทย บริษัทมอเตอรี่ยูเนียน อินชัวร์นส์ จำกัด ของอังกฤษ มีบริษัท ไชม์ แอนด์ คอมพานี เป็นตัวแทนในประเทศไทย และบริษัท เกรตอีสเทอร์นไลฟ์ แอสชัวร์นส์ จำกัด ของสหพันธรัฐมาลายา มีบริษัท ยูเซ แอนด์ คอมพานี เป็นตัวแทนในประเทศไทย

หลักจากนั้นปรากฏว่ามีบริษัทประกันภัยต่างประเทศ ที่ขออนุญาตประกอบการประกันภัย ถูกต้องตามเงื่อนไขเพียง 26 บริษัท คือ อังกฤษ 15 บริษัท ฮอลแลนด์ 7 บริษัท ออสเตรเลีย 2 บริษัท สวิตเซอร์แลนด์ 1 บริษัท และเยอรมัน 1 บริษัท ส่วนบริษัทของชาวอเมริกันเข้ามาดำเนินการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2481 ในนามบริษัทอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวร์นส์ (International Assurance Co.Ltd.) หรืออินแท็สโก (Intasco) นับเป็น 1 ใน 5 ของบริษัทประกันชีวิตต่างชาติในขณะนั้น หลังจากนั้น 3 ปีเกิดสงครามมหาเอเชียบูรพา รัฐบาลไทยออกกฎหมายควบคุมกิจการของชาติสัมพันธมิตรรวมทั้งอเมริกา บริษัทอินแท็สโกจึงหยุดดำเนินการในประเทศไทยไประยะหนึ่ง หลังสิ้นสุดสงครามในปี พ.ศ. 2488 จึงกลับมาดำเนินการใหม่ โดยต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด (American International Assurance Co. Ltd.) หรือบริษัทเอไอเอในปัจจุบันภายในปี พ.ศ. 2484 มีบริษัทประกันชีวิตและประกันภัยจากต่างประเทศเข้ามาถึง 62 บริษัท มีบริษัทไทย 10 บริษัท ซึ่งดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยทั้งหมด

บริษัทไทยที่ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตเป็นครั้งแรกในปี 2485 คือบริษัทไทยประกันชีวิต และบริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัย (ต่อมาร่วมทุนกับ บริษัท พูเด็นเซียล แอสชัวร์นส์ จำกัด เป็นบริษัทพูเด็นเซียลแอสชัวร์นส์ ทีเอส ไลฟ์ จำกัด) ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ต่อมาบริษัทไทยทยอยเปิดเพิ่มขึ้นอีก 10 บริษัทคือ

- | | |
|---|--------------|
| 1. บริษัท สยาม ประกันชีวิต จำกัด | 2473 |
| 2. บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด | 2489 |
| 3. บริษัท ไทยประสิทธิประกันภัย จำกัด | 2490 |
| 4. บริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด | 2492 |
| 5. บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอร์ห์นแฮนคอต จำกัด | 2494 (ก.พ.) |
| 6. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด | 2494 (เม.ย.) |
| 7. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด | 2494 (มิ.ย.) |
| 8. บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา ซีเอ็มจี จำกัด | 2494 |
| 9. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด | 2519 |
| 10. บริษัท สหประกันชีวิต จำกัด | 2538 |

ขณะนั้นแม้ว่าจะมีบริษัทประกันเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังไม่มีกฎหมายควบคุมธุรกิจประกันชีวิตและประกันภัยโดยตรง ร่างพระราชบัญญัติประกันภัยฉบับแรกใช้เวลาถึง 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2479 – 2499 โดย ดร. ป๋วย อึ๊งภากรณ์ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นประธานยกร่าง แต่ไม่ได้เข้าสู่สภาด้วยเหตุผลทางการเมือง

ต่อมาความพยายามอีกครั้งใน พ.ศ. 2502 แต่ก็ไม่ได้เข้าสภาอีก จนกระทั่งในปี 2510 จึงได้มีการประกาศใช้ พระราชบัญญัติประกันชีวิตและพระราชบัญญัติประกันวินาศภัยเป็นครั้งแรกกฎหมายทั้ง 2 ฉบับมีส่วนสำคัญในการควบคุมธุรกิจประกันภัยเป็นครั้งแรก กฎหมายทั้ง 2 ฉบับมีส่วนสำคัญในการควบคุมธุรกิจประกันภัยยาวนานถึง 25 ปี จึงได้ประกาศใช้กฎหมายฉบับใหม่คือ พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ซึ่งบังคับใช้จนถึงปัจจุบัน

ก่อนปี พ.ศ. 2540 บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยถูกจำกัดจำนวนไว้เพียง 13 บริษัทที่มีอยู่เดิม ต่อมาเพิ่มเป็น 25 บริษัท โดยได้รับอนุญาตใหม่อีก 12 บริษัท คือ

1. บริษัท กรุงไทย แอกร้าประกันชีวิต จำกัด
2. บริษัท ที พี ไอ ประกันชีวิต จำกัด
3. บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด
4. บริษัท วอลล์ สตรีท จำกัด
5. บริษัท สยามซัมซุง จำกัด
6. บริษัท แอ็ดวานซ์ แอสซัวร์นส์ จำกัด
7. บริษัท เอ็ทน่า โอสดสภาประกันชีวิต จำกัด
8. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์ประกันชีวิต จำกัด
9. บริษัท ไทยเจริญประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
10. บริษัท ไทยยูเนียนประกันชีวิต จำกัด
11. บริษัท พรภัทรประกันชีวิต จำกัด
12. บริษัท ศรีนครประกันชีวิต จำกัด

(ประกันชีวิต 2001. 2542 : 15 - 19)

4. ประวัติ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) บริษัทประกันชีวิตชั้นนำของประเทศไทยเป็นผลจากการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรระหว่างผู้นำสองฝ่ายของธุรกิจประกันชีวิตซึ่งได้แก่ บมจ. ประกันชีวิตศรีอยุธยา ซีเอ็มจี และบริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด

บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีประวัติการดำเนินงานที่น่าภาคภูมิใจด้วยประสบการณ์มากกว่า 50 ปีที่เป็นมืออาชีพในธุรกิจประกันชีวิตและประกันสุขภาพให้บริการที่มั่นคงแก่ผู้ถือกรมธรรม์ 500,000 ราย โดยรองรับด้วยความร่วมมือของพันธมิตรที่แข็งแกร่งของ 3 กลุ่ม

บริษัทที่มีชื่อเสียงและมั่นคง อันได้แก่ กลุ่มธนาคารกรุงศรีอยุธยา กลุ่มอลิอันซ์ และ เครือเจริญโภคภัณฑ์

กลุ่มธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นผู้ถือหุ้นหลักหรือมีเครือข่ายในธุรกิจหลากหลายประเภท อาทิ :

ธุรกิจการเงิน ได้แก่ บมจ. ศรีอยุธยาประกันภัย, บมจ. เงินทุนกรุงศรีอยุธยา, บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนอยุธยาเจเอฟ, บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรีอยุธยา จำกัด, บริษัท อยุธยา ดีเวลลอปเม้นท์ ลิสซิ่ง จำกัด และ บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด

ธุรกิจโทรทัศน์ และการกระจายเสียง ได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็น สถานีโทรทัศน์ชั้นนำของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด รวมทั้งผู้ผลิตรายการบันเทิง ธุรกิจ อุตสาหกรรม ได้แก่ บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง ซึ่งเป็นบริษัทปูนซีเมนต์เดียวที่ได้มอบเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นในปี 2544 .

กลุ่มอลิอันซ์

อลิอันซ์ เป็นหนึ่งในผู้นำของโลกในธุรกิจประกันภัย และบริหารสินทรัพย์ ก่อตั้งขึ้นในปี 2433 หรือมากกว่า 100 ปี ดำเนินงานในกว่า 70 ประเทศทั่วโลก และ 17 ประเทศในภูมิภาคเอเชีย ธุรกิจหลักคือ ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันวินาศภัย และการบริหารสินทรัพย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์

ด้วยปณิธานของผู้ก่อตั้ง ที่มุ่งมั่นจะยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนชาวไทย ให้ดีขึ้น จากการก่อตั้งเมื่อประมาณ 80 ปีที่แล้วเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ธุรกิจ ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและการเกษตรไปจนถึงธุรกิจการค้าปลีกและธุรกิจการโทรคมนาคม โดยมี เครือข่ายธุรกิจที่รองรับอยู่ทั่วประเทศ ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นกลุ่มธุรกิจที่น่าเชื่อถือมากที่สุด แห่งหนึ่งของประเทศ

ด้วยการผนึกกำลังความมั่นคงทางการเงิน ความเชี่ยวชาญในธุรกิจประกันระดับโลก และ ความรู้ความชำนาญในตลาดผู้บริโภครายไทยส่งผลให้ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต เป็น บริษัทที่เต็มเปี่ยมด้วยเสถียรภาพในการดำเนินงาน ความแข็งแกร่งและความน่าเชื่อถือบนรากฐาน ของความสำเร็จของ บมจ. ประกันชีวิต ศรีอยุธยา ซีเอ็มจี ซึ่งมีอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันภัย รับที่สูงสุดในประเทศในระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา กอปรกับบริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซึ่งได้ นำเสนอกรมธรรม์ที่หลากหลายและโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่และการสร้างสรรค์

ปัจจุบัน บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตเป็นผู้นำการตลาดด้วยส่วนแบ่งการตลาด อันดับสามของประเทศในด้านเบี้ยประกันภัยรับปีแรก และเบี้ยประกันภัยรับรวม มีชื่อเสียงในด้าน สินค้าที่สร้างสรรค์และหลากหลาย พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งรายบุคคล และ กลุ่มบริษัท ไม่ว่าจะเป็นกรมธรรม์เพื่อการออมทรัพย์ ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน การวางแผน

การศึกษา หรือการคุ้มครองสุขภาพ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มุ่งหวังจะเป็นทางเลือกที่มีคุณภาพของผู้บริโภคไทย

ธุรกิจประกันภัยของไทย กำลังทวีความซับซ้อนมากขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปกับเวลา มากไปกว่านั้นเราตระหนักดีถึงความต้องการในการคุ้มครองซึ่งได้รับจากการประกัน บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ เหล่านั้น และช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับความคุ้มครองตามที่ต้องการ

เราจะพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งสร้างสรรค์และปรับปรุงเพื่อที่จะเติบโตไปพร้อมกับผู้บริโภคของเรา ผืนดินกำลังของกลุ่มธนาคารกรุงศรีอยุธยา กลุ่มอลิอันซ์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์ เราจะนำเสนอความชำนาญ ที่ผสมผสานกันเป็นหนึ่งในเข้ากับความรู้ความเข้าใจของประชาชนชาวไทย เพื่อให้ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต บรรลุเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของการเป็นผู้นำในธุรกิจประกันชีวิตระดับโลกอย่างแท้จริง

บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต เป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นจากการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรระหว่าง 3 กลุ่มบริษัทที่มีชื่อเสียงและความมั่นคงอันได้แก่ กลุ่มธนาคารกรุงศรีอยุธยา กลุ่มอลิอันซ์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์

บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันแบบแปลกใหม่และครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้ารายบุคคลและองค์กร อันได้แก่ แบบประกันภัยคุ้มครองตลอดชีพ แบบประกันภัยเพื่อการสะสมทรัพย์และเพื่อเป็นทุนการศึกษาสำหรับบุตรหลาน แบบประกันภัยคุ้มครองอุบัติเหตุ แบบประกันภัยคุ้มครองสุขภาพ และแบบประกันภัยเพื่อสวัสดิการพนักงาน

ปัจจุบันเป็นผู้นำการตลาดติดอันดับหนึ่งในสามบริษัทประกันชีวิตที่ใหญ่ที่สุดของประเทศในด้านเบี้ยรับปีแรกและเบี้ยประกันภัยรวบรวม บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ถือกรมธรรม์ทั่วประเทศกว่า 400,000 ราย และดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมานานกว่า 50 ปี

วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่การเป็นบริษัทประกันชีวิตระดับโลก” ความมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกคือการที่เราไม่หยุดการพัฒนา และการริเริ่มสร้างสรรค์เราต้องมีความสามารถสูงในการเปลี่ยนแปลง และสามารถสร้างเสริมกำลังใจให้บุคลากรทุกคนทำงานเพื่อพัฒนาบริษัทฯ อย่างไม่หยุดยั้ง “เราเชื่อว่า คนไทย ควรที่จะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด”

ภารกิจของเรา

1. “เป็นผู้ที่เสริมสร้างและปกป้องผลประโยชน์ของลูกค้าและผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ถือหุ้นอย่างได้ผล”

2. เราจะเป็นบริษัทที่ได้ชื่อว่ามีความมั่นคง มีการริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความเป็นมืออาชีพ เราจะนำเสนอสินค้าที่แข่งขันได้ในตลาดผ่านพลังตัวแทนที่เป็นมืออาชีพ และผ่านช่องทางการขายเพิ่มเติมอื่นๆ

3. เราจะมอบผลตอบแทนที่น่าพอใจแก่ผู้ถือหุ้นของเรา

4. เราจะเป็นบริษัทประกันชีวิตที่ใหญ่เป็นอันดับสอง ในด้านเบี้ยประกันรับปีแรกภายในปี พ.ศ. 2545 สิ่งของบริษัทถือว่าเป็น "คุณค่าสำคัญ" ที่จะเป็นแรงผลักดันให้บรรลุนิเวศน์ และภารกิจของเรา บริษัทคาดหวังให้บุคลากรทั้งหมดประพฤติปฏิบัติไปในแนวทางที่สอดคล้องต้องกันกับสิ่งที่บริษัทถือว่าเป็นคุณค่าสำคัญ 4 ประการคือ

คุณค่าสำคัญ" ประการที่ 1 ผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ถือหุ้นบริษัทของเราได้รับเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น ซึ่งควรจะต้องได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่ยุติธรรม ปัจจัยหลักที่มีผลต่อผลตอบแทนในระยะยาวของผู้ถือหุ้นได้แก่

1. ยอดขายที่เพิ่มขึ้น
2. ผลิตรักษะที่มีผลกำไร
3. สินไหม
4. อัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์
5. ค่าใช้จ่าย
6. ผลตอบแทนจากการลงทุน

คุณค่าสำคัญ" ประการที่ 2 การมุ่งให้ความสำคัญต่อลูกค้าเราทุกคนใน อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างก็มีลูกค้าทั้งสิ้น อาจจะเป็นลูกค้าภายใน (เช่น พลังตัวแทน หรือพนักงานในฝ่ายอื่นๆ) หรือลูกค้าภายนอก (เช่น ผู้ถือกรรมธรรม์ หรือบริษัทอื่นๆ)ชาวอูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ทุกคนต้องทราบว่าเป็นลูกค้า และต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเหล่านั้น ฉะนั้น ทุกคนในที่ทีมงาน จึงมีความรับผิดชอบต่อการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

คุณค่าสำคัญ" ประการที่ 3 ความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีมอูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความคาดหวังที่จะเห็นบุคลากรทุกคนเป็นผู้นำ โดยมีคุณสมบัติดังนี้

1. ผู้นำแต่ละคนของ อูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างมีความเต็มใจเข้ารับผิดชอบต่อผลสำเร็จขององค์กร และกระตือรือร้นในการที่จะช่วยให้ผู้อื่นปฏิบัติเช่นเดียวกัน
2. ผู้นำแต่ละคนของ อูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความสัตย์ซื่อ ตรงไปตรงมา และมีวุฒิภาวะพอที่จะแก้ไขปัญหาความขัดแย้งหรือความไม่ลงรอยต่างๆ อย่างเปิดเผย
3. ผู้นำแต่ละคนของ อูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พยายามที่จะทำความเข้าใจผู้อื่นก่อนที่จะพยายามทำให้ผู้อื่นเข้าใจตนเอง
4. ผู้นำแต่ละคนของ อูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีจริยธรรมและความซื่อสัตย์

5. ผู้นำแต่ละคนของ อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต กระตือรือร้นที่จะช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อมของผู้อื่นให้เอื้อต่อการทำงาน ตั้งใจจริงที่จะช่วยให้ผู้อื่นเจริญก้าวหน้าและทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพที่มีอยู่

คุณค่าสำคัญ" ประการที่ 4 การพัฒนาและการริเริ่มสร้างสรรค์อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความตั้งใจมั่นในการริเริ่มสร้างสรรค์ และการพัฒนาให้การดำเนินการด้านต่าง ๆ ดีขึ้น ซึ่งหมายความว่า เราจะร่วมกันปรับปรุงระบบ กระบวนการต่าง ๆ และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องชาว อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ทุกคนมีความรับผิดชอบในการช่วยสร้างเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตก้าวหน้า และการพัฒนาทักษะต่างๆของพวกเราทุกคนอย่างไม่หยุดยั้ง โดยการฝึกอบรม การสอนงานและให้คำแนะนำ การมอบหมาย (<http://www.ayudhyacmg.co.th>) วันที่สิบต้น 23 ธันวาคม 2546. (เวลา 14.20 น.)

5. พฤติกรรมผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

5.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลซึ่งเกี่ยวกับการประเมินผล การเรียนรู้การใช้งาน การใช้ และการกำจัดทั้งสินค้าหรือบริการ (David L. Loudon & Albert J. Della Bitta. 1988 : 5) หรือหมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการ รวมไปถึงกระบวนการทางจิตใจและกระบวนการทางสังคมที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Berkowitz, Kerin, Hartley, Rudelius. 1997 : 152)

จิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Psychological Influences on Consumer Behavior) จิตวิทยาเป็นสิ่งที่ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจว่าทำไมผู้บริโภคปฏิบัติอย่างนั้น ปฏิบัติอย่างไร และทำไมถึงปฏิบัติเช่นนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวความคิดที่ว่า การจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ การเรียนรู้ คุณค่า ความเชื่อ ทศนคติ และรูปแบบการดำรงชีวิต เป็นประโยชน์ต่อการแปลความหมายของกระบวนการซื้อและการตลาดทางตรง

การจูงใจ (Motivation) เป็นพลังขับเคลื่อนที่มีต่อพฤติกรรมที่พึงพอใจในความต้องการเพราะผู้บริโภคมุ่งเน้นที่แนวความคิดทางการตลาด ดังนั้นนักการตลาดจึงพยายามกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ความต้องการของทุกคนมีมากไม่มีที่สิ้นสุด บุคคลทั้งหลายมีความต้องการทางด้านร่างกายซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานเช่น อาหาร น้ำ ความต้องการทางเพศ นอกจากนั้นยังได้เรียนรู้ถึงความต้องการในด้านต่าง ๆ รวมถึง ความเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรัก ความปลอดภัย ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการการยอมรับ

บุคลิกภาพ (Personality) เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เหมาะสมของบุคคลหรือพฤติกรรมการตอบสนองที่ซ้ำ ๆ กัน ถึงแม้ว่าทฤษฎีบุคลิกภาพมีอยู่มากมายแต่อุปนิสัยหลัก ๆ ที่ติดตัวมาเป็นเวลาช้านานของบุคคลหรือความสัมพันธ์กับผู้อื่นมีหลายลักษณะ เช่น ความเด็ดขาด การเข้าสังคม

ความยืดหยุ่น การปกครอง ความก้าวร้าว ที่แสดงออกต่อผู้อื่น เช่นผู้ที่สูบบุหรี่บ่งบอกถึงลักษณะนิสัยได้ว่าเป็นคนก้าวร้าว ชอบแสดงอำนาจ

การรับรู้ (Perception) บางคนมองเห็น Cadillac (ผู้สร้างเมืองดีทรอยต์ในรัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา) เหมือนสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จ บางคนเห็นเป็นการแสดงออกที่โอ้อวด นี่คือผลมาจากการรับรู้เป็นกระบวนการเลือกสรรของแต่ละบุคคล การจัดเรียงความคิด การอธิบายข้อมูล การสร้างความหมายของคำว่าโลก

การเรียนรู้ (Learning) พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้วเกิดจากการเรียนรู้ ผู้บริโภคเรียนรู้ถึงแหล่งของข้อมูลข่าวสาร และใช้ข้อมูลข่าวสารนั้นกับสินค้าและบริการซึ่งการประเมินค่าของสิ่งต่าง ๆ จะต้องมีการตั้งฐานเป็นหลักในการประเมินทางเลือกและโดยทั่วไปแล้วจะใช้กับการตัดสินใจซื้อการเรียนรู้เป็นพฤติกรรมที่ส่งผลมาจากประสบการณ์เดิม ๆ ซ้ำ ๆ และความคิด

คุณค่า ความเชื่อ และทัศนคติ (Values, Beliefs, and Attitudes) เป็นบทบาทที่อยู่ตรงกลางในกระบวนการตัดสินใจซื้อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาด องค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude formation) ทัศนคติคือการเรียนรู้ถึงการตอบสนองถึงวัตถุหรือระดับของวัตถุที่มีอยู่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติคือสภาพของคุณค่าและความเชื่อของทุก ๆ คนที่ได้รับการเรียนรู้ คุณค่ามีมากมายขึ้นอยู่กับระดับการเอาใจใส่ เมื่อเราพูดถึงคุณค่าหลักของคนอเมริกันจะถูกรวมถึง สภาพการแต่งกาย สภาพความเป็นอยู่ ความเป็นมนุษย์ คุณค่าของบุคคล เช่นการมีเกียรติ ความทะเยอทะยาน นักการตลาดได้รับรู้ถึงธรรมชาติอันนี้เป็นอย่างดีแต่จะมุ่งเน้นไปที่คุณค่าของบุคคลเป็นหลักสำคัญ คุณค่าของบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติโดยมีอิทธิพลต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ สมมติว่าการมีเกียรติเป็นคุณค่าของบุคคลเมื่อต้องการจะซื้อรถจะพิจารณาถึงความประหยัดในการเติมน้ำมัน (คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์) มากเป็นประเด็นสำคัญ ความเชื่อนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติความเชื่อเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากอิทธิพลของการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ว่าดีอย่างไร หรือคุณลักษณะของตราสินค้าที่แตกต่างกัน ความเชื่อคือพื้นฐานของประสบการณ์ของบุคคล การโฆษณาและการอภิปรายกับบุคคลอื่น ความเชื่อในคุณลักษณะของสินค้าและความสำคัญ เช่น คุณค่าของบุคคลต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันพวกเขาสร้างทัศนคติความชอบ หรือไม่ชอบนั้นกับสินค้าหรือบริการ

รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) เป็นรูปแบบของความประพฤติในการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลซึ่งบุคคลต่าง ๆ จะใช้เวลาและทำกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตน เช่น ความชอบ ความคิดเห็น ซึ่งมีผลต่อแนวความคิดรวบยอดของตนเองของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เห็นตัวตนของตนเองและเป็นแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะทำให้ผู้อื่นเห็นเขา (Berkowitz, Kerin, Hartley, Rudelius. 1997 : 157 - 163)

วัฒนธรรมสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Sociocultural Influences on Consumer Behavior) วัฒนธรรมสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการของผู้บริโภคกับบุคคลอื่น ซึ่งรวมไปถึงการแสดงออกถึงผลกระทบที่สำคัญของพฤติกรรม

ผู้บริโภคสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เกี่ยวพันไปถึงบุคคลที่มีอิทธิพล กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นของสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย

บุคคลที่มีอิทธิพล (Personal Influence) การซื้อของผู้บริโภคนั้นบ่อยครั้งนักที่มีมุมมอง ความคิด หรือประพจน์ต่อสิ่งอื่นที่มีอิทธิพลเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้ามองให้ดีแล้วมีอยู่ 2 ด้านที่มีอิทธิพล สำคัญในการตลาด คือ ผู้นำทางด้านความคิด (Opinion leadership) และการสื่อสารปากต่อปาก (Word of mouth)

ผู้นำทางด้านความคิด (Opinion leadership) คือบุคคลที่ใช้อำนาจหน้าที่หรือแสดงอำนาจ ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีอิทธิพลในสังคมเหนือผู้อื่น ผู้นำแนวความคิดเป็นผู้ที่แสดงออกถึงรูปแบบ ของตนที่มีต่อสินค้านั้น เช่น John Starks เป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้ Adidas, Cindy Crawford โฆษณา ให้กับ Revlon บุคคลทั้งสองเป็นผู้นำแนวความคิด

การสื่อสารปากต่อปาก (Word of mouth) คือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่นในระหว่าง การสนทนาแบบเผชิญหน้าซึ่งกันและกัน การสื่อสารในลักษณะนี้เป็นวิธีที่มีพลังที่ทรงอำนาจภาพเป็น แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับผู้บริโภคเพราะผู้ให้ข้อมูลมีความสัมพันธ์มีประสบการณ์โดยตรงกับสินค้า หรือบริการนั้น ๆ เช่น เพื่อนเป็นแหล่งข่าวสารที่ไว้วางใจได้เมื่อผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดก็จะถามหา ข้อมูลของสินค้าในปัจจุบัน เพื่อนมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อคือ 37% นอกจากนั้น 20% เป็นการ หาข้อมูลทางโฆษณา การสื่อสารปากต่อปากนี้เป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบสำหรับผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงของสินค้า ชื่อเสียงของบริษัท

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือกลุ่มบุคคลที่ประเมินสิ่งต่าง ๆ ด้วยพื้นฐานของการ ประเมินคุณค่าด้วยตนเอง หรือเป็นมาตรฐานของบุคคล กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคเพราะกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อข้อมูล ทศนคติ ระดับของความปรารถนาซึ่งจะช่วยให้จัด ความเป็นมาตรฐานของผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิงมีอยู่ด้วยกันหลายกลุ่มแต่มี 3 กลุ่มที่นักการตลาด สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนคือ 1. กลุ่มสมาชิก (A membership) คือบุคคลที่เข้า ร่วมกับคนอื่นในการทำกิจกรรมโดยมีผลประโยชน์ร่วมกัน มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน อยู่ในองค์กร เดียวกัน สมาคมทางสังคมและครอบครัว 2. กลุ่มที่ปรารถนา (An aspiration group) คือบุคคลที่มีความ ปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกเช่นสังคม สโมสร 3.กลุ่มที่แบ่งแยก (A dissociative group) คือ บุคคลที่ปรารถนาดำรงไว้ซึ่งระยะเพราะความแตกต่างกันของคุณค่าและพฤติกรรม

กลุ่มครอบครัว (Family Influence) อิทธิพลที่ส่งผลต่อกลุ่มครอบครัวที่มีผลทำให้เกิด พฤติกรรม ผู้บริโภคนั้นมีผลมาจากแหล่งข้อมูลทั้ง 3 คือ 1. สังคมของผู้บริโภค (Consumer socialization) คือกระบวนการซึ่งบุคคลทั้งหลายได้เรียนรู้ซึ่งทักษะ ความรู้ และทัศนคติ ที่สำคัญต่อ หน้าที่ของผู้บริโภค 2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) คือผู้บริโภคมีความประพฤติและ การซื้อที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงของวงจรชีวิต จะบรรยายถึงลักษณะเฉพาะแต่ละช่วงของครอบครัว ที่แตกต่างกันตั้งแต่วัยหนุ่มสาวจนถึงวัยเกษียณอายุ 3.การทำการตัดสินใจของครอบครัว (Family Decision Making) คือการตัดสินใจซื้อสินค้า จะต้องพิจารณาถึงอำนาจการปกครองของคู่สมรส เช่นการตัดสินใจร่วมกันระหว่างสามีภรรยา สามีหรือภรรยาเป็นผู้ตัดสินใจซื้อฝ่ายเดียว แต่อย่างไรก็

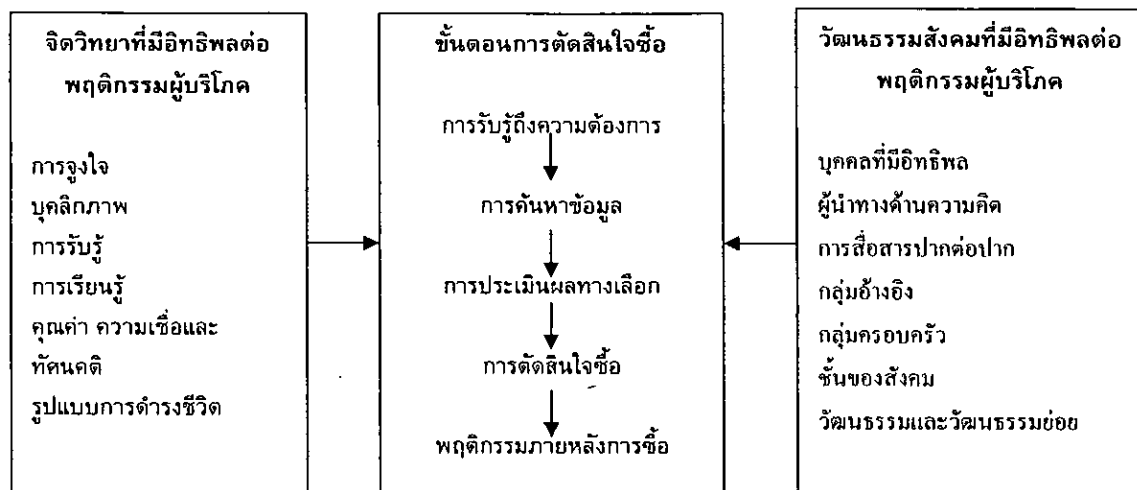
ตามการตัดสินใจซื้อนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าหากมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ หรือเป็นครอบครัวที่มีสมาชิก ภาระหาเงินได้ทั้ง 2 ฝ่ายอำนาจการตัดสินใจซื้ออาจเท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นก็ได้ แต่บทบาทของแต่ละครอบครัวในเรื่องกระบวนการซื้อสินค้าซึ่งมีการตัดสินใจโดยมีกลุ่มที่มีบทบาทพัวพันกันคือ ผู้แสวงหาข้อมูล ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ ผู้ใช้ สมาชิกในครอบครัวมีบทบาทที่แตกต่างกันในการซื้อสินค้าหรือบริการที่ต่างกันสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้บริษัทและนักการตลาดควรรู้พฤติกรรมในการซื้อสินค้าว่าสมาชิกเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แต่ผู้ซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้หาข้อมูลอาจเป็นภรรยาก็ได้

ชั้นของสังคม (Social Class) เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยากจะเข้าถึงเนื่องจากมีการจำกัดความสัมพันธ์ของความถาวร ลักษณะของมุมมองที่เหมือนกันในสังคมกับการแบ่งคุณค่า ความชอบ และพฤติกรรมที่เหมือนกันจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน อาชีพของบุคคล ที่มาของรายได้ (มิใช่ระดับของรายได้) การศึกษา นำมาพิจารณาถึงระดับชนชั้นทางสังคมโดยปกติแล้วภายในแต่ละกลุ่มมีความเหมือนกันสามารถแบ่งระดับของสังคมแบ่งได้เป็น 3 ชั้นคือ สังคมชั้นสูง สังคมชั้นกลาง สังคมชั้นต่ำ นอกจากนั้นทัศนคติที่เหมือนกัน รูปแบบการดำรงชีวิต พฤติกรรมในการซื้อก็สามารถดูได้โดยจากระดับชนชั้นทางสังคม เช่นสังคมชั้นกลางกับสังคมชั้นต่ำจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน มีการใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผลในการซื้อ การนึกถึงรูปธรรมมากกว่านามธรรม ชนชั้นสูงนั้นจะมุ่งเน้นไปยังการประสบความสำเร็จ และการคิดถึงอนาคตในรูปลักษณะและสัญลักษณ์ของอนาคต นักการตลาดจะใช้ชั้นของสังคมเป็นตัวแบ่งการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายทั้งสินค้าและบริการ

วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อ้างอิงถึงกลุ่มของคุณค่า ความคิด และทัศนคติที่ถูกยอมรับโดยกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกันของสังคมนั้น ๆ และต้องเป็นสิ่งที่สามารถถ่ายทอดไปยังชนรุ่นหลังต่อไปได้ วัฒนธรรมที่ได้รับการกล่าวถึงบ่อยคือ วัฒนธรรมอเมริกา วัฒนธรรมลาติน-อเมริกา วัฒนธรรมญี่ปุ่น วัฒนธรรมแต่ละแห่งเป็นพื้นฐานของรูปแบบการซื้อสินค้า

วัฒนธรรมย่อย ต้องเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่พอควร หรือขนาดระดับประเทศจะมีวัฒนธรรมคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ ความคิด และทัศนคติ วัฒนธรรมย่อยในแต่ละวัฒนธรรมย่อย เช่น วัฒนธรรมย่อย แอฟริกัน-อเมริกัน ลาติน-อเมริกัน เอเชีย จะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีลักษณะต่างกันในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (Berkowitz, Kerin, Hartley, Rudelius. 1997 : 166 - 171)

จิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Psychological Influences on Consumer Behavior) และวัฒนธรรมสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Sociocultural Influences on Consumer Behavior) ทั้งสองอย่างนี้ส่งผลถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อดังภาพ



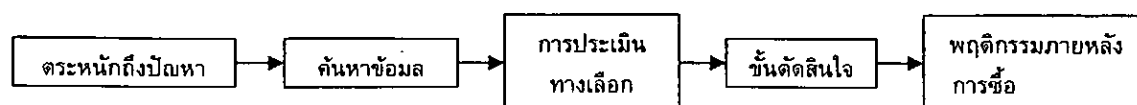
ภาพ 1 จิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกับวัฒนธรรมสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Berkowitz.; Kerin.; Hartley.; & Rudelius. (1997). Marketing. 5th ed. Irwin McGraw-Hill.

5.2 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน คือ

- 5.2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition)
- 5.2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)
- 5.2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives)
- 5.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)
- 5.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)



ภาพ 2 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler Philip.; Armstrong Gary. (1993). Marketing an Introduction. 3th ed. Prentice – Hall. International Edition.

5.2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) เป็นขั้นที่ตระหนักถึงความต้องการหรือรับรู้ถึงปัญหาจะเกิดได้จากสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นจากแรงขับเคลื่อนที่มีอยู่ในระดับหนึ่งจะส่งผลให้เกิดการกระทำหรืออาจเกิดจากประสบการณ์เดิม นอกจากนั้นยังสามารถเกิดได้จากสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้นจากโทรทัศน์หรือการได้ยินชมรมของบุคคลอื่น

5.2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการในสินค้าหรือบริการมีสูงก็อาจซื้อได้ทันที แต่ถ้าหากความต้องการในตัวสินค้าไม่สูงมาก หรือต้องใช้การตัดสินใจอื่นๆ ประกอบ จะต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งสามารถหาได้ดังนี้

5.2.2.1 แหล่งบุคคล (Personal Source) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก

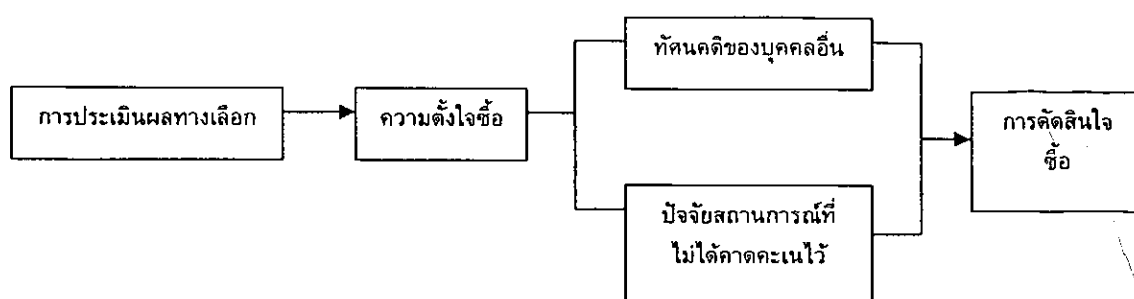
5.2.2.2 แหล่งการค้า (Commercial Source) เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า บรรจภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า

5.2.2.3 แหล่งชุมชน (Public Source) เช่น สื่อมวลชน องค์กรวัดอันดับการตอบสนองของผู้บริโภค

5.2.2.4 แหล่งทดลอง (Experiential Source) เช่น การถือครอง การทดสอบการใช้ผลิตภัณฑ์

5.2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคทำการเลือกตราสินค้าที่มีอยู่หลาย ๆ ตราจากขั้นที่ 2 ที่ได้ทำการค้นหาข้อมูลมาแล้วทั้งหมด จะพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ ความง่ายต่อการใช้ ขนาด ราคา และต้องพิจารณาถึงภาพพจน์ของตราสินค้า ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประโยชน์อื่น ๆ

5.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกแล้วก็จะทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าที่ตนต้องการมากที่สุด แต่กระบวนการตัดสินใจนั้นจะเกี่ยวข้องกับ ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ซึ่งประกอบด้วยทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitude of others) เช่น ผลิตภัณฑ์มีราคาแพงเกินไปไม่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้ซื้อ ก็อาจทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่า หรือเหมาะสมกับตนเองมากขึ้น เหมาะกับการใช้งาน และปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated Situation Factor) ตัดสินใจ เช่น รายได้ของครอบครัว ราคาที่คาดหวัง ประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า



ภาพ 3 ขั้นตอนระหว่างขั้นการประเมินทางเลือกไปขั้นการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler Philip.; Armstrong Gary. (1993). Marketing an Introduction. 3th ed.
Prentice – Hall. International Edition.

5.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) ผู้บริโภคจะทำการพิจารณาถึงความพอใจ (Satisfied) หรือไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าความคาดหวังในผลิตภัณฑ์มีน้อยกว่าประโยชน์ที่ได้รับผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจ แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์น้อยกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ จากนั้นก็จะส่งผลถึงการบอกต่อทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ (Phillip Kotler and Gary Armstrong. 1993 : 141 -145)

6. การแบ่งส่วนตลาด

มีกลุ่มของตัวแปรหลายตัวที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้การแบ่งตามลักษณะของผู้บริโภค ได้ 4 ด้าน คือ

- 6.1 การแบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)
- 6.2 การแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)
- 6.3 การแบ่งส่วนตลาดด้านจิตวิทยา (Psychographic)
- 6.4 การแบ่งส่วนตลาดด้านพฤติกรรม (Behavioral)

6.1 การแบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) เป็นการแบ่งส่วนตลาดที่แตกต่างกันตามพื้นที่ เช่น ประเทศ รัฐ ภูมิภาค จังหวัด เมือง หรือความเป็นเพื่อนบ้านกัน โดยปกติแล้วสามารถแบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์เพียง 2 ด้านหรือทุกด้านเพียงแต่ต้องให้ความสนใจกับท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่จะทำการตลาดเป็นหลักสำคัญโดยปกติแล้วการแบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์นั้นจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้

6.1.1 อาณาจักร (Region) : ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6.1.2 เมือง หรือขนาดประชากร (Size) : น้อยกว่า 4,000 คน 5,000 – 19,999 คน 20,000 – 49,999 คน 50,000 – 99,999 คน 100,000 – 249,999 คน 250,000 – 499,999 คน 500,000 – 999,999 คน 1,000,000 – 3,999,999 คน 4,000,000 คนขึ้นไป

6.1.3 ความหนาแน่น (Density) : ประชากรที่อาศัยอยู่ในเมือง ประชากรที่อาศัยอยู่ชานเมือง ประชากรที่อาศัยอยู่ในชนบท

6.1.4 ภูมิอากาศ (Climate) : ลักษณะทางภาคเหนือ ลักษณะทางภาคใต้

6.2 การแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) เป็นการแตกกลุ่มของปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว วงจรชีวิตครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ ยุคสมัย สัญชาติ ชั้นของสังคม การแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการ ความชอบ อัตราการใช้ การสมาคมแตกต่างกันและอีกสาเหตุหนึ่งคือ เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดที่ง่ายที่สุดและเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์สามารถอธิบายได้ดังนี้

6.2.1 อายุ (Age) อายุต่ำกว่า 6 ปี 6 - 11 ปี 12 - 19 ปี 20 - 34 ปี 35 - 49 ปี 50 - 64 ปี 65 ปีขึ้นไป

6.2.2 ขนาดของครอบครัว (Family size) 1 - 2 คน 3 - 4 คน 5 คนขึ้นไป

6.2.3 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle) โสดและยังหนุ่ม แต่งงานแล้วและยังไม่มีบุตร แต่งงานแล้วมีบุตรยังเล็กอยู่ (บุตรอายุต่ำกว่า 6 ขวบ) แต่งงานแล้วมีบุตรโตแล้ว (อายุ 6 ขวบขึ้นไป) แต่ยังศึกษาเล่าเรียนอยู่กับพ่อแม่ แต่งงานมานานแล้ว ก่อนข้างมีอายุ มีบุตรโตแล้ว แต่ยังไม่แต่งงาน พ่อแม่อายุมากอยู่คนเดียว

6.2.4 เพศ (Gender) ชาย หญิง

6.2.5 รายได้ (Income) ต่ำกว่า 9,999 10,000 - 14,999 15,000 - 19,999 20,000 - 29,999 30,000 - 49,999 50,000 - 99,999 100,000 ขึ้นไป

6.2.6 อาชีพ (Occupation) ช่างเทคนิค ผู้มีความชำนาญเฉพาะด้าน ผู้จัดการ พนักงานบริษัท พนักงานอสังหาริมทรัพย์ นักบวช พนักงานขาย ช่างฝีมือ หัวหน้าคนงาน พนักงานปฏิบัติการ ช่างนา นักเรียน แม่บ้าน คนว่างงาน

6.2.7 การศึกษา (Education) อนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

6.2.8 ศาสนา (Religion) แคทอลิกส์ โปรเตสแตนท์ ยิว มุสลิม ฮินดู พุทธ คริสต์ อื่นๆ

6.2.9 เชื้อชาติ (Race) ชนผิวขาว ชนผิวดำ ชาวเอเชีย ชาวแอฟริกา

6.2.10 ยุคสมัย (Generation) ผู้ที่เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นลูกของผู้ที่เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

6.2.11 สัญชาติ (Nationality) อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี ญี่ปุ่น

6.2.12 ชั้นของสังคม (Social Class) ชนชั้นต่ำอย่างต่ำ ชนชั้นต่ำอย่างสูง ชนชั้นกลางอย่างต่ำ ชนชั้นกลางอย่างสูง ชนชั้นสูงอย่างต่ำ ชนชั้นสูงอย่างสูง

6.3 การแบ่งส่วนตลาดด้านจิตวิทยา (Psychographic) จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มพื้นฐานขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและคุณค่าต่างๆคนจะมีการแสดงออกในลักษณะจิตวิทยาที่แตกต่างกันถึงแม้ว่าจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงได้ทำการศึกษาถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพดังนี้ (Kotler. 2000 :263 – 264)

6.3.1 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) ความสนใจในสินค้าและการซื้อสินค้าของแต่ละบุคคลนั้นสามารถบ่งบอกได้ถึงรูปแบบการดำรงชีวิต ดังนั้นนักการตลาดพยายามที่จะแบ่งส่วนตลาดในด้านนี้ให้มากขึ้น ลักษณะของรูปแบบการดำรงชีวิตนั้นมีหลายอย่างเช่น การเป็นสมาชิก ความสำเร็จ ความสมบูรณ์ครบถ้วน

6.3.2 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะที่บ่งบอกถึงบุคคลนั้นมีหลายลักษณะเช่น การเผด็จการ ความทะเยอทะยาน การชอบเข้าสังคม นักการตลาดได้ใช้ปัจจัยด้านบุคลิกภาพในการแบ่งส่วนตลาด บุคลิกภาพหรือคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะยอมรับ และทำการตอบสนองสินค้าที่ประสบความสำเร็จในการแบ่งส่วนตลาดนี้ได้แก่ เครื่องสำอาง บุหรี่ การประกัน และเหล้า (Kotler, Armstrong. 1993 : 191,193-194)

6.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioral) ผู้ซื้อได้ทำการแบ่งกลุ่มที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้ ทักษะที่มีต่อการใช้ การตอบสนองของสินค้า นักการตลาดส่วนใหญ่เชื่อว่าปัจจัยทางด้านพฤติกรรมนั้นมีหลายปัจจัยเช่น โอกาส ประโยชน์ที่ได้รับ สถานะของผู้ใช้ อัตราการใช้ สถานะการจรรีกรักดี สถานะลำดับขั้นของความพร้อม และทัศนคติ

6.4.1 โอกาส (Occassions) ผู้บริโภคสามารถที่จะอ้างถึงความมีชื่อเสียงในผลิตภัณฑ์เป็นเหตุให้เกิดการซื้อสินค้าหรือการใช้สินค้า เช่น สายการบิน กระตุ้นให้เกิดการจองเที่ยวบินในช่วงธุรกิจเฟื่องฟู วันหยุดยาว การพักผ่อน นอกจากนั้นโอกาสยังสามารถขยายอัตราการใช้ให้มากขึ้น เช่น ทานส้มเป็นส่วนประกอบในอาหารเช้า ทำน้ำส้มเป็นเครื่องดื่มสำหรับอาหารมื้อกลางวัน และมูเย็น

6.4.2 ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) ผู้บริโภคทำการแบ่งแยกประโยชน์ที่พวกเขากำลังมองหาอยู่ เช่น ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาเล่าเรียน การผจญภัย ความสนุกกับการพนัน ความสุขกับการท่องเที่ยวหรือการได้รับประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์

6.4.3 สถานะของผู้ใช้ (User Status) กลุ่มลูกค้าสามารถแยกออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้ กลุ่มผู้ไม่ใช่ กลุ่มผู้ที่เคยใช้ กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ กลุ่มลูกค้าที่ใช้เป็นครั้งแรก และกลุ่มลูกค้าที่ใช้เป็นประจำ ดังนั้น ธนาคารเลียดจึงต้องทำการสรรหาผู้ที่ต้องการบริการโลหิตรายใหม่เพิ่มขึ้นหรือบุคคลที่เคยบริจาคมมาแล้วให้มาบริจาคซ้ำ แต่ในการหาผู้บริโภคใหม่ต้องมีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกับผู้ที่เคยบริจาค ถ้าเป็นผู้บริจาคใหม่ต้องพยายามโน้มน้าวใจให้เห็นถึงความดี การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ถ้าหากเป็นผู้บริจากรายเก่าก็สามารถสื่อสารทางตรง ในเชิงการต่อยอดการบริจาคซ้ำ การให้รางวัลเพื่อบริจาดครบจำนวนครั้งที่กำหนด

6.4.4 อัตราการใช้ (Usage Rate) ลูกค้าสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้ดังนี้ กลุ่มผู้ใช้น้อย กลุ่มผู้ใช้งานกลาง กลุ่มผู้ใช้งานมาก ในกลุ่มผู้ใช้งานมากนี้มีจำนวนน้อยในกลุ่มลูกค้าทั้งหมดแต่จะมีการบริโภคโดยรวมสูงกว่ากลุ่มอื่น ส่วนใหญ่แล้วนักการตลาดที่จะเสนอหรือเข้าหากลุ่มลูกค้าผู้ใช้งานมาก มากกว่าการเข้าหากลุ่มผู้ใช้น้อย

6.4.5 สถานะการจงรักภักดี (Loyal Status) ลูกค้ามีระดับของความจงรักภักดีอยู่หลายต่อหลายระดับในการจะจงเลือกตราสินค้า ร้านค้า เอกภาพของสินค้าที่ปรากฏอยู่ลูกค้าสามารถแบ่งออกได้ 4 ระดับของความจงรักภักดี 1. ลูกค้าที่ซื้อตราสินค้าเดิมตลอด (Hard - Core Loyals) 2. ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีใน 2 - 3 ตรา (Split Loyals) 3. ลูกค้าที่เปลี่ยนตราสินค้าหนึ่งไปยังตราสินค้าอื่น (Shifting Loyals) 4. ลูกค้าที่แสดงถึงความไม่จงรักภักดีในทุกยี่ห้อ (Switchers)

6.4.6 สถานะลำดับขั้นของความพร้อม (Buyer - Readiness Stages) ลูกค้าประกอบด้วยบุคคลหลาย ๆ คน หลายการรับรู้ในสินค้า บางคนตระหนักหรือรับรู้ในสินค้า บางคนรับรู้ในสินค้า บางคนสืบหาข้อมูล บางคนสนใจ บางคนมีความปรารถนาหรือต้องการสินค้า บางคนตั้งใจที่จะซื้อ ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะนำแผนการตลาดเพื่อเข้าถึงทุกคนเพื่อแต่ละบุคคลอยู่ในระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน

6.4.7 ทักษะคติ (Attitude) มี 5 ประเภทเป็นสิ่งที่มียู่ในกลุ่มลูกค้า ดังนี้ 1. ความกระตือรือร้น (Enthusiastic) 2. ความคิดเชิงบวก (Positive) 3. ความคิดที่ไม่แตกต่าง (Indifferent) 4. ความคิดในเชิงลบ (Negative) 5. การเป็นปรปักษ์ (Hostile) (Kotler. 2000 :263, 267 - 269)

7. บริษัท

7.1 บรรษัทภิบาล (Corporate Governance)

CallPERS ย่อมาจาก The California Public Employees' Retirement System ได้ให้คำจำกัดความ Corporate Governance ดังนี้

Corporate Governance หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วมประกอบไปด้วย หนึ่ง ผู้ถือหุ้น สอง ฝ่ายบริหารที่นำโดยผู้บริหารสูงสุด (CEO) สาม คณะกรรมการ

Toronto Stock Exchange ตลาดหลักทรัพย์แคนาดา ได้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Corporate Governance หมายถึง ขบวนการและโครงสร้างที่ใช้ในการกำกับ และจัดการธุรกรรมของบริษัทด้วยวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มมูลค่าส่วนผู้ถือหุ้น ที่ซึ่งรวมถึงความมั่นคงทางฐานะทางการเงิน

ในทางทฤษฎี Corporate Governance เป็นเรื่องของตัวการ-ตัวแทน

Corporate Governance เป็นเรื่องของผู้ถือหุ้นที่เรียกร้องให้คณะกรรมการที่เลือกเข้าไปนั้นสามารถปกป้องผลประโยชน์ให้กับพวกเขา ซึ่งทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เขาเรียกว่า Principal and Agent ซึ่งแปลได้ว่า ตัวการ-ตัวแทน

ตัวการหรือผู้ว่าจ้างก็คือผู้ถือหุ้นซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของบริษัท แต่ไม่สามารถเข้าดูแลบริษัทโดยตรงได้ จึงจำเป็นต้องตั้งตัวแทนขึ้นมาซึ่งก็คือ คณะกรรมการนั่นเอง ซึ่งต้องทำหน้าที่ Fiduciary แปลได้ว่า ต้องทำหน้าที่ด้วยความจงรักภักดี ความรอบคอบและใช้ทักษะเต็มที่ต่อเรื่องที่สำคัญของบริษัท

หัวใจของ Corporate Governance มีอยู่ 2 ประการคือ

1. การพยายามป้องกันการตัดสินใจที่ผิดพลาดในกลยุทธ์ธุรกิจ และขณะเดียวกันพยายามที่จะแก้ไขการตัดสินใจที่ผิดพลาดนั้นได้ทันเวลา ไม่ได้อยู่ที่เรื่องการแย่งอำนาจระหว่างคณะกรรมการกับฝ่ายบริหาร เป็นวิธีแสวงหาขบวนการตัดสินใจร่วมระหว่างสองฝ่ายมากกว่า ที่พวกนักวิชาการเห็นอย่างนี้ก็เพราะว่า เขาเห็นว่าความล้มเหลวของบริษัทต่าง ๆ ไม่ใช่อยู่ที่ผู้บริหารไม่มีความสามารถ แต่อยู่ที่ความผิดพลาดของการตัดสินใจ ก็ต้องยอมรับกันว่าเป็นเรื่องปัจเจกชนคือการตัดสินใจของคนทั่วไปก็มักอิงจุดแข็งของตัวเองเป็นหลัก

2. การสร้างและตรวจสอบจรรยาบรรณให้กับฝ่ายบริหาร คือเป็นการพยายามเข้าไปตีกรอบและป้องกันความล้มเหลวของบริษัทที่เกิดจากสาเหตุด้านจริยธรรม จากหัวใจหลักของคำนี้ที่กล่าวข้างต้น จึงนำไปสู่การกำหนดหน้าที่หลักของคณะกรรมการตามความคิด Corporate Governance ไว้ว่า

1. การนำขบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์มาใช้
2. การแจกแจงความเสี่ยงหลักของธุรกิจ และการนำระบบป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวมาใช้
3. การวางแผนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแต่งตั้ง การฝึกอบรม และการตรวจสอบฝ่ายบริหาร
4. การจัดนโยบายสื่อขององค์กรกับผู้เกี่ยวข้องภายนอก (Stakeholder)
5. การรวมการควบคุมภายในกับระบบข้อมูลบริหารเข้าด้วยกัน

นอกจากหน้าที่ของคณะกรรมการแล้ว Corporate Governance เน้นไปที่โครงสร้างของคณะกรรมการ โดยพยายามให้มีการมีส่วนร่วมของกรรมการภายนอกที่เป็นอิสระจริง ๆ คือ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจใดกับตัวองค์กรก็ได้ และก็ไม่ควรเป็นกรรมการบริหารด้วย เพื่อให้มีความคิดหลากหลายในการตัดสินใจ และที่สำคัญมีการประเมินผลงานกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารรวมบันทึกข้อความความเห็นของกรรมการแต่ละท่านในเรื่องสำคัญไว้ แล้วต้องเผยแพร่ให้กับผู้ถือหุ้นด้วยเพราะผู้ถือหุ้นจะได้รู้ว่าการดำเนินงานมาน้อยเพียงใดและคิดเห็นอย่างไร (กอบชัย จิมกุล. 2541 : 15 -16)

7.1.1 หลักการของ Corporate Governance

หลักการ Corporate Governance ที่ CallPERS ได้วางหลักการหรือมาตรฐานขั้นต่ำที่ตลาดทุนทั่วโลกน่าจะนำไปใช้คือ

7.1.1.1 รับผิดชอบ (Accountability) ประกอบด้วย

- หน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น ซึ่งคณะกรรมการต้องมีหน้าที่ต่อไปนี้

หนึ่ง พัฒนาวิสัยทัศน์ในเชิงกลยุทธ์เพื่อเป็นพื้นฐานในเพิ่มมูลค่าส่วนผู้ถือหุ้นในระยะยาว

สอง ประเมินประสิทธิผลของฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่องว่าสอดคล้องกับ Vision ระยะยาวหรือเปล่า

- หน้าที่ตรวจสอบ คือ คณะกรรมการควรสามารถเข้ามาตรวจสอบผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน ผู้ถือหุ้นก็สามารถตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการอีกด้วย

- ผลตอบแทนของฝ่ายบริหาร ซึ่งควรจัดให้ผลประโยชน์ของฝ่ายจัดการสอดคล้องกับผลประโยชน์ผู้ถือหุ้นนั้นผลตอบแทนที่ฝ่ายบริหารได้รับควรผูกติดอยู่กับผลประกอบการ

7.1.1.2 ความโปร่งใส (Transparency) บริษัท

- เปิดกว้าง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทต้องเปิดเผยมากเพียงพอ
- มาตรฐานบัญชี บริษัทควรใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล
- รายงานผลปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ บริษัทควรมีการรายงานผลของการปฏิบัติตามกฎต่าง ๆ ให้กับผู้ถือหุ้น (Code of Best Practice)

7.1.1.3 ความเท่าเทียมกัน (Equity)

- ไม่เลือกปฏิบัติ บริษัทควรปฏิบัติแก่ผู้ถือหุ้นเท่าเทียมกันไม่ว่าเป็นผู้ถือหุ้นรายเล็กหรือรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นในประเทศหรือต่างประเทศ

- หนึ่งหุ้นหนึ่งเสียง

7.1.1.4 วิธีการออกเสียง

- เอกสารเรื่องที่จะออกเสียงควรจะชัดเจน และข้อมูลที่เพียงพอสำหรับพิจารณาในการตัดสินใจเรื่องนั้น

- การนับคะแนนเสียง ควรจะมีการนับคะแนนเสียงอย่างเป็นทางการ รวมทั้งการประกาศผลการนับคะแนนเสียงด้วย แทนการให้ฝ่ายบริหารประเมินความต้องการของผู้ถือหุ้นเอง

- เทคโนโลยี บริษัทควรใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ผู้แทนผู้ถือหุ้นสามารถออกเสียงได้ง่ายและประสิทธิภาพด้วย

7.1.1.5 ข้อปฏิบัติที่ดี (Code of Best Practice)

การพัฒนา คณะกรรมการและผู้บริหารควรพัฒนาข้อปฏิบัติที่เหมาะสม ที่นำไปสู่การควบคุมการปฏิบัติของตนเอง และสามารถนิยามความสัมพันธ์และความรับผิดชอบที่มีต่อผู้ถือหุ้นได้

การนำไปใช้ เมื่อได้มีการพัฒนาข้อบังคับดังกล่าวแล้วควรจะติดตามผลและรายงานให้กับผู้ถือหุ้นทราบ

การทบทวนและปรับปรุงผู้มีส่วนร่วมควรมีการทบทวนข้อปฏิบัติที่ดีเสมอ

7.1.1.6 วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล (Long-Term Vision)

คณะกรรมการบริษัท และฝ่ายบริหารควรมีวิสัยทัศน์ในเชิงกลยุทธ์ที่กว้างไกลนำไปสู่การรักษามูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น (กอบชัย ฉิมกุล, 2541 : 17)

7.2 หลักการในเรื่องความพอเพียงของเงินทุนและความมั่นคงของบริษัทประกันภัย

International Association of Insurance Supervisors (IAIS) หรือ สมาคมผู้ควบคุมธุรกิจประกันภัยนานาชาติ ที่มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานและหลักปฏิบัติของธุรกิจประกันภัย ได้กำหนดแนวทางในเรื่องดังกล่าวใน IAIS Insurance Core Principles (October 2000) ซึ่งได้มีการกล่าวถึงเรื่องความพอเพียงของเงินทุน อันเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีการกำหนดไว้ในกฎหมายที่ใช้การกำกับดูแลธุรกิจประกันภัยของทุกประเทศ โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างภาพมีประสิทธิภาพ ความเป็นธรรม และความมีเสถียรภาพของธุรกิจประกันภัย และยังเป็นการคุ้มครองประโยชน์ของผู้ถือกรมธรรม์ในฐานะผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย

ความพอเพียงของเงินทุนและฐานะความมั่นคง ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่งในการกำกับดูแลธุรกิจประกันภัย ซึ่งบริษัทประกันภัยที่มั่นคงจะต้องมีความสามารถในการทดแทนหรือชดเชยต่อภาระผูกพันต่าง ๆ ที่บริษัทกระทำไว้ในทุกสถานการณ์ (All Reasonably Foreseeable Circumstances) ซึ่งถือเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจประกันภัย ในการกำหนดกฎระเบียบให้บริษัทประกันภัยจะต้องดำรงสินทรัพย์หรือเงินทุนส่วนเกิน (Assets or Surplus Capital) ให้สูงกว่าหนี้สินและภาระผูกพันที่มี ซึ่งสิ่งนี้มีชื่อเรียกว่าส่วนเหลือสินทรัพย์สินเหนือหนี้สิน (Solvency Margin)

หลักการเรื่องความพอเพียงของเงินทุนและฐานะความมั่นคงในที่นี้ สามารถพิจารณาใช้ได้กับทั้งบริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันวินาศภัย แต่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างในกรณีของบริษัทประกันภัยต่อ

แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็ยังคงต้องใช้การพิจารณาทั้งในด้านความเสี่ยง และความเหมาะสมของกรมธรรม์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัย โดยอาศัยข้อมูลที่ได้รับจากการเปิดเผยของบริษัทประกันภัย

นอกจากนั้น บริษัทประกันภัยก็ยังคงต้องใช้ความระมัดระวังในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจที่รับประกันภัยไว้ ซึ่งระบบการกำกับดูแลธุรกิจที่ดีจะต้องผนวกเรื่องความพอเพียงของเงินทุน

และฐานะความมั่นคงไว้โดยมีข้อกำหนดให้มีระบบการจัดการความเสี่ยงในการลด และบรรเทาความเสี่ยง (Risk Reduction and Mitigation) ที่ได้รับประกันไว้ โดยจุดประสงค์ของการมีส่วนเหลือมทรัพย์สินเหนือหนี้สิน ก็เพื่อสร้างกลไกเพื่อป้องกัน (Safety Buffer) ไว้ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์อยู่นอกเหนือความคาดหมาย และมีได้มีการเตรียมการลดหรือบรรเทาความเสี่ยงไว้ล่วงหน้า

หลักข้อที่ 1. การตั้งเงินสำรองทางเทคนิค (Technical Provisions)

ความพอเพียงของเงินสำรองทางเทคนิค เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อฐานะความมั่นคงของบริษัทประกันภัยซึ่งจะต้องมีวิธีการคำนวณที่มีความน่าเชื่อถือได้ (Reliable) เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย (Objective) และมีมาตรฐานเดียวกัน (Consistent) สำหรับบริษัทประกันภัยทุกบริษัท

วิธีการและมาตรฐานบัญชีที่ใช้ในการตั้งเงินสำรองทางเทคนิค และการพิจารณาสินทรัพย์ที่จะใช้รองรับเงินสำรองทางเทคนิคนั้นจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดในส่วนของฐานะความมั่นคงของบริษัท

การประเมินมูลค่าของเงินสำรองทางเทคนิค จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความรอบคอบและโปร่งใส (Prudent and Transparent Basis) โดยเงินสำรองทางเทคนิคนั้นจะต้องเพียงพอต่อการชดใช้ให้กับผู้ถือกรมธรรม์ที่บริษัทได้รับประกันภัยไว้ ซึ่งบริษัทประกันภัยจะต้องสามารถประเมินจำนวนเงินสำรองทางเทคนิคของตนเองได้ เงินสำรองทางเทคนิคยังต้องครอบคลุมถึงค่าเสียหายที่เกิดขึ้น (Allowance for Outstanding Claims) ค่าเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Allowance for Future Claims) เงินผลประโยชน์ที่ได้มีการประกันไว้สำหรับกรมธรรม์ที่มีผลบังคับอยู่ (Guarantee Benefits for Policies in Force) และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ (Expenses)

หลักข้อที่ 2. หนี้สินและภาระผูกพันอื่น ๆ (Other Liabilities)

หน่วยงานที่กำกับดูแลควรจะต้องกำหนดให้ บริษัทประกันภัยดำรงเงินสำรองประเภทอื่นไว้ อย่างพอเพียง (นอกเหนือจากเงินสำรองทางเทคนิค) สำหรับหนี้สินและภาระผูกพันต่าง ๆ ที่บริษัทมี ซึ่งอาจรวมถึงภาระผูกพันที่มีต่อบุคคลภายนอก (Obligations to Third Parties) และหนี้สินที่ยังเป็นคดีความอยู่ (Amount Owed That Are In Dispute)

หลักข้อที่ 3. สินทรัพย์ (Assets)

การลงทุนของบริษัทประกันภัยต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนซึ่งจะต้องมีการกระจายความเสี่ยงสำหรับสินทรัพย์ที่ลงทุน และควรมีสภาพคล่องที่พอเพียงพร้อมต่อการชดใช้ตามภาระผูกพันภายใต้กรมธรรม์ที่ได้รับประกันภัยไว้

สินทรัพย์ที่อยู่ภายใต้การถือครองของบุคคล ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทแต่ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อการค้า (Non-Commercial Basis) และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) ที่ไม่อาจเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที (Not Readily Marketable) หรือที่อาจมีมูลค่าเปลี่ยนแปลงไปได้สำหรับการชดใช้ตามภาระผูกพันในกรมธรรม์หรือที่ไม่อาจนำมาใช้ได้เนื่องจากมีข้อขัดขัด เช่น การใช้สิทธิเหนือทรัพย์สิน (Special Privilege) หรือการมีบุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับ สินทรัพย์ดังกล่าวอย่างนี้ จะไม่เอามาประเมินสำหรับการคำนวณฐานะความมั่นคงของบริษัท

กฎระเบียบที่ใช้ในการกำกับดูแล อาจมีการกำหนดในเรื่องความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ อาทิ ความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของการลงทุน (Concentration Risk) ความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ (Credit Risk) ความเสี่ยงในด้านของราคาในตลาด (Market Risk) ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) และความเสี่ยงจากการเลิกกิจการ (Liquidation Risk)

ในส่วนของความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของการลงทุน อาจมีการกำหนดห้ามมิให้บริษัทถือครองสินทรัพย์ชนิดหนึ่ง หรือประเภทใดประเภทหนึ่ง เกินกว่าระดับที่ได้ระบุไว้

ในการวิเคราะห์ฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินทุน ควรพิจารณามาตรฐานที่ใช้ในการประเมินสินทรัพย์ประกอบด้วย

หลักข้อที่ 4. การจับคู่ระหว่างสินทรัพย์และหนี้สิน (Matching)

การวิเคราะห์ฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินทุนของบริษัทประกันภัย ควรให้ความสำคัญกับความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่ตรงกัน (Risk from Mismatching) ของอัตราแลกเปลี่ยนช่วงเวลาของกระแสเงินสดรับ/จ่าย และปริมาณของกระแสเงินสดรับ/จ่าย ทั้งในด้านของสินทรัพย์และด้านหนี้สิน รวมทั้งรายการที่มีได้อยู่ในหน้าสมดุล (Off-Balance Sheet Exposures)

หลักข้อที่ 5. ความสามารถในการรองรับความเสียหายที่เกิดขึ้น (Absorption of Losses)

บริษัทประกันภัยจะต้องสามารถประเมินความเสี่ยงที่ตนรับประกันภัย และสามารถกำหนดระดับเบี้ยประกันภัยที่เหมาะสมได้ และบริษัทประกันภัยจะต้องดำรงเงินทุนที่พอเพียง เพื่อรองรับความเสียหายที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ (Unforeseen Losses)

หลักข้อที่ 6. ความสามารถในการผันแปรไปตามสภาพความเสี่ยง (Sensitivity to risk)

การวิเคราะห์ฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินทุนของบริษัทประกันภัย จะต้องประกอบด้วย 1) การประเมินมูลค่าของหนี้สินและภาระผูกพันต่าง ๆ (ซึ่งรวมถึงเงินสำรองทางเทคนิค) 2) ข้อกำหนดต่าง ๆ ในส่วนของสินทรัพย์ (รวมทั้งวิธีการประเมินมูลค่าของสินทรัพย์) 3) คำจำกัดความของเงินกองทุน (Definition of Appropriate Forms of Capital) และ 4) ส่วนเหลือมทรัพย์สินเหนือหนี้สิน (Required Solvency Margin)

การประเมินมูลค่าของสินทรัพย์และหนี้สิน จะขึ้นอยู่กับมาตรฐานทางบัญชีที่ใช้ในแต่ละประเทศ สำหรับส่วนเหลือมทรัพย์สินเหนือหนี้สินควรแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงของบริษัทที่อยู่ นอกเหนือจากการประเมินทรัพย์สินและหนี้สิน โดยฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินทุนของบริษัทประกันภัยควรสัมพันธ์กับความเสี่ยงของบริษัท และอยู่ในระดับที่พอเพียงเหมาะสมตลอดเวลา (Remain Adequate At All Time) ต่อความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป

หลักข้อที่ 7. ระดับที่ใช้ในการควบคุมดูแล (Control Level)

หน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจประกันภัย จำเป็นต้องกำหนดระดับที่ใช้ในการควบคุมดูแล (Control Level) หรืออาจเป็นลำดับขั้นในการควบคุมดูแล (Series of Control Level) เพื่อใช้เป็นจุดในการเข้าแทรกแซง (Trigger Intervention) หากฐานะความมั่นคงของบริษัทต่ำกว่าระดับที่ใช้ในการควบคุมดูแล

ในแต่ละระดับที่ใช้ในการควบคุมดูแลอาจประกอบไปด้วยมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นโดยหน่วยงานที่กำกับดูแล และเพื่อให้มีเวลาทันต่อการแก้ไขสถานการณ์และจำกัดวงของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นระดับที่ใช้ในการควบคุมดูแลอาจจำเป็นต้องกำหนดให้สูงไว้ (Sufficiently High)

หน่วยงานที่กำกับดูแล จำเป็นต้องกำหนดแนวทางขั้นตอนการเลิกประกอบธุรกิจของบริษัท ประกันภัยและกำหนดแนวทางที่เกี่ยวกับสถานะของผู้ถือกรมธรรม์และเจ้าหน้าที่ของบริษัท

หลักข้อที่ 8. เงินทุนขั้นต่ำ (Minimum Capital)

หน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจประกันภัยจะต้องกำหนดระดับเงินทุนขั้นต่ำ เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับบริษัทประกันภัย

ระดับจำนวนเงินทุนขั้นต่ำควรแสดงถึงประเภทของความเสียหายที่ได้ครอบคลุมไว้ซึ่งไม่รวมถึงความผันผวนของธุรกิจ (Normal Foreseeable Fluctuations) และต้นทุนสำหรับการจัดตั้งธุรกิจใหม่ (Setting-Up Costs of a New Enterprise) โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลอาจกำหนดระดับของเงินทุนเริ่มแรก (Initial Capital) สำหรับบริษัทประกันภัยที่อยู่ในระยะก่อตั้งใหม่ ให้สูงขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจในระยะแรก

หลักข้อที่ 9. คำจำกัดความของเงินทุน (Definition of Capital)

การกำกับดูแลฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินทุนของบริษัทประกันภัย จำเป็นต้องมีการกำหนดรูปแบบของเงินทุน (Form of Capital) ที่เหมาะสมสำหรับบริษัทประกันภัยเพื่อรองรับในกรณีที่บริษัทประสบปัญหาหรือเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดเดาได้

ในการกำหนดรูปแบบของเงินทุนที่เหมาะสม หน่วยงานที่กำกับดูแลควรพิจารณาถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) จะต้องเป็นเงินทุนที่มีความมั่นคงถาวรและไม่มีข้อจำกัดใด ๆ 2) สามารถรองรับความเสียหายได้อย่างเต็มที่ 3) ไม่มีผลต่อรายได้ของบริษัท และ 4) มีลำดับขั้นต่ำกว่าผู้ถือกรมธรรม์และเจ้าหน้าที่ ในกรณีที่บริษัทเลิกกิจการ

หลักข้อที่ 10. การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)

ส่วนเหลือมทรัพย์สินเหนือหนี้สิน (Required Solvency Margin) จะเป็นแหล่งเงินทุนสุดท้าย (Last Resort) สำหรับบริษัทประกันภัย หากมาตรการอื่นในการรักษาความมั่นคงทางการเงินได้นำมาใช้แล้วแต่ยังไม่ได้ผล

บริษัทประกันภัยยังจำเป็นต้องมีระบบการจัดการความเสี่ยง ที่เหมาะสมต่อความซับซ้อนขนาดและประเภทการประกอบธุรกิจประกันภัย ซึ่งจะต้องเป็นระบบที่ครอบคลุมความเสี่ยงทุกประเภทของบริษัท โดยมีระบบการตรวจสอบติดตามและระบบการควบคุมภายในรองรับ

หลักข้อที่ 11. ส่วนลดหย่อนในกรณีประกันภัยต่อ (Allowance for Reinsurance)

การเอาประกันภัยต่อถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหลักประเภทหนึ่ง ที่ใช้ในการโอนความเสี่ยงภัยสำหรับบริษัทประกันภัย โดยความน่าเชื่อถือจากการทำประกันภัยต่อ (Credit for Reinsurance) ควรพิจารณาถึงควมมีประสิทธิภาพในการโอนความเสี่ยงภัยประกอบด้วย

หากมีการให้ส่วนลดหย่อนจากการทำประกันภัยต่อ ในการคำนวณเงินสำรองทางเทคนิค การทำประกันภัยต่อนั้น ๆ จะต้องได้รับการพิจารณาถึงความเหมาะสม ทั้งในแง่ความพอเพียง

(Adequacy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตรงตามจุดประสงค์ (Objectivity) และความต่อเนื่อง (Consistency) โดยมีการพิจารณาถึงความมั่นคง (Likely Security) ของบริษัทรับประกันภัยต่อรวมด้วย

หลักข้อที่ 12. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure)

ควรมีข้อกำหนดให้บริษัทประกันภัยเปิดเผยข้อมูล ทั้งในเชิงปริมาณและในเชิงคุณภาพ (Qualitative and Quantitative Information) แก่สาธารณะ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับฐานะความเสี่ยง (Risk Exposures) และส่วนประกอบของเงินทุน (Capital Components) ทั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ตลาดและผู้บริโภคในการตัดสินใจทำธุรกรรมกับบริษัทประกันภัยนั้น ๆ และยังเป็นการช่วยให้บริษัทประกันภัยนำระบบการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมมาใช้

หลักข้อที่ 13. การประเมินฐานะความมั่นคง (Solvency Assessment)

ในการประเมินฐานะความมั่นคงของบริษัทประกันภัยหน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจประกันภัยควรพิจารณาถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ความพอเพียง (Adequacy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตรงตามจุดประสงค์ (Objectivity) และความต่อเนื่อง (Consistency) ของเงินสำรองทางเทคนิค การประเมินสินทรัพย์และหนี้สิน และการยื่นรายงานตามกฎหมาย (Statutory Reporting) 2) การปฏิบัติตามข้อกำหนดในเรื่องส่วนเหลือมทรัพย์สินและระดับที่ใช้ในการควบคุมต่าง ๆ (Control Levels) 3) ความพอเพียงของกระบวนการประเมินความเสี่ยงภายในบริษัท (Internal Risk Assessment Process) และ 4) ระบบการจัดการความเสี่ยงของบริษัทประกันภัย

หน้าที่ในการบริหารจัดการความเสี่ยงถือเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของ คณะกรรมการบริหารและผู้บริหารของบริษัทประกันภัย ซึ่งจำเป็นต้องมีระบบที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมและติดตามฐานะความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้

หลักข้อที่ 14. การดำรงเงินกองทุนที่ซ้ำซ้อนกัน (Double Gearing)

การกำกับดูแลฐานะความมั่นคงและความพอเพียงของเงินของบริษัทประกันภัยที่เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจควรให้ความสำคัญต่อการพิจารณาในภาพรวมของทั้งกลุ่มธุรกิจนั้นๆ ประกอบด้วย (Group Wide View) เพื่อหลีกเลี่ยงการดำรงเงินกองทุนที่ซ้ำซ้อนกัน (Double Gearing of Capital) ของบริษัทในกลุ่ม

ในการพิจารณาฐานะของกลุ่มธุรกิจประกันภัย (Insurance Group) นอกจากระดับของเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม (Intra-Group Funding) แล้ว ยังควรคำนึงถึงธุรกรรมต่าง ๆ ที่มีระหว่างบริษัทในกลุ่มนั้น ๆ ประกอบด้วย นอกจากนั้น หน่วยงานที่กำกับดูแลยังควรพิจารณาถึงความเสี่ยงในแง่ของภาพพจน์ชื่อเสียงและผลกระทบที่ตามมา (Reputation and Contagion Risk) ในกรณีที่บริษัทในกลุ่มประสบปัญหา (กรมการประกันภัย. 2545 : 70 – 75)

8. ตัวแทน

8.1 ความหมายของตัวแทนประกันชีวิต

“ตัวแทนประกันชีวิต” หมายความว่า ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท (รัฐสภาสาร. 2535 : 52)

8.2 คุณสมบัติตัวแทน

คุณสมบัติของตัวแทนตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต มีดังนี้

- 8.2.1 บรรลุนิติภาวะ
- 8.2.2 มีภูมิลำเนาในประเทศไทย
- 8.2.3 ไม่เป็นคนวิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- 8.2.4 ไม่เคยต้องโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิด เกี่ยวกับทรัพย์สินที่กระทำโดยทุจริต เว้นแต่ได้พ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต
- 8.2.5 ไม่เคยเป็นบุคคลล้มละลาย
- 8.2.6 ไม่เป็นนายหน้าประกันชีวิต
- 8.2.7 ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิตหรือใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันชีวิตในระยะเวลาสามปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต
- 8.2.8 ได้รับการศึกษาวิชาประกันชีวิต จากสถาบันการศึกษาที่นายทะเบียนประกาศกำหนด หรือสอบความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตได้ตามหลักสูตรและวิธีการที่นายทะเบียนประกาศกำหนด (สมาคมประกันชีวิต. 2535 : 186)

8.3 การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิต

ตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องรู้หลักการใหญ่ ๆ ที่ตนต้องกระทำ และต้องปลูกฝังให้เป็นคุณสมบัติประจำตัว ดังนี้คือ

- 8.3.1 ตัวแทนจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสัญญา และกรรมธรรม์ประกันชีวิตดีพอควร และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบประกันต่าง ๆ อีกทั้งสัญญาเพิ่มเติมต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นจนเกิดความชำนาญ (Knowledge = K)
- 8.3.2 ตัวแทนใหม่จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับธุรกิจประกันชีวิตให้ดีขึ้นเสมอ และทัศนคติการมองอาชีพประกันชีวิตนี้จำเป็นต้องชัดเจนอีก ทั้งมีทัศนคติต่อแบบประกัน ต่อหน่วยงาน ต่ออาชีพ ต่อบริษัท และต่อตัวเองในเชิงบวก (Positive Attitude)
- 8.3.3 ตัวแทนจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการขายของตน ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ (Skill)
- 8.3.4 ตัวแทนจำเป็นต้องต้องเพิ่มพูนประสบการณ์ในการขาย และเพาะบ่มนิสัยในการทำงานเพื่อให้เกิดนิสัยในการทำงานอย่างต่อเนื่องและให้ผลดี (Habit) (สมาคมประกันชีวิตไทย. 2535 : 160)

8.4 หน้าที่ของตัวแทน

ตัวแทนประกันชีวิตมีหน้าที่หลักตามกฎหมาย 3 ประการคือ

8.4.1 การชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิต เป็นหน้าที่หลักของตัวแทนประกันชีวิตเพราะตัวแทนประกันชีวิตนั้นต้องชักชวนให้ผู้เอาประกันชีวิต ได้ทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตซึ่งตนได้สังกัดอยู่เท่านั้น เช่น นาย ก. เป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทอายุยืนประกันชีวิต จำกัด เมื่อ นาย ก. ชักชวน นาย ข. ให้ทำสัญญาประกันชีวิตจะต้องให้ นาย ข. ทำสัญญากับบริษัทอายุยืนประกันชีวิต จำกัด เท่านั้นจะชักชวน นาย ข. ให้ทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท A ในประเทศอังกฤษไม่ได้ และอาจมีความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ได้ เป็นต้น

การชักชวนของตัวแทนประกันชีวิตจะทำให้ในหลายรูปแบบ แต่โดยหลักการแล้วตัวแทนจะต้องทำความเข้าใจกับผู้เอาประกันชีวิตให้ทราบถึงข้อดี ข้อเสีย และประโยชน์ที่พึงได้ รวมทั้งจะต้องไม่ช่วยผู้เอาประกันชีวิตในทางที่ผิด เช่น ช่วยปกปิดข้อความจริง แจ้งข้อความอันเป็นเท็จ รวมทั้งกรอกคำขอเอาประกันชีวิตแทนผู้เอาประกันชีวิตในเรื่องอื่น ๆ โดยมีได้รับความยินยอม ทั้งนี้ ตัวแทนประกันชีวิตจะต้องมีจรรยาบรรณในอาชีพของตน

8.4.2 การทำสัญญาประกันชีวิตแทนบริษัท กฎหมายกำหนดให้เพียงตัวแทนประกันชีวิตเท่านั้นที่จะทำแทนบริษัทได้ ทั้งนี้ เมื่อได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัทและหนังสือมอบอำนาจดังกล่าว ต้องเป็นไปตามแบบที่นายทะเบียนกำหนด ในกรณีที่หนังสือมอบอำนาจบริษัทไม่ได้ทำตามแบบที่นายทะเบียนกำหนดก็ไม่เป็นเหตุให้นำมาปฏิเสธต่อบุคคลภายนอกได้ บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องโดยสุจริตยังมีสิทธิเรียกร้องใด ๆ อยู่

8.4.3 การรับเบี้ยประกันภัย ตัวแทนประกันชีวิตอาจรับเบี้ยประกันภัยในนามของบริษัทได้เมื่อได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท ทั้งนี้ หนังสือมอบอำนาจดังกล่าวต้องเป็นไปตามแบบที่นายทะเบียนกำหนด และแม้ไม่ได้ทำตามแบบที่นายทะเบียนกำหนดก็ไม่เป็นเหตุนำมาปฏิเสธต่อบุคคลภายนอกที่กระทำโดยสุจริต

ตัวแทนประกันชีวิตผู้ใดทำสัญญาประกันชีวิต โดยไม่ได้รับมอบหมายอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัทหรือตัวแทนประกันชีวิต รับเบี้ยประกันภัยโดยไม่ได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2537: 65- 66)

8.5 บัญญัติ 10 ประการของตัวแทน

8.5.1 ธุรกิจของการประกันชีวิตมีคุณค่าเพียงเล็กน้อยสำหรับผู้แทนประกันชีวิตนอกจากว่าเขายินยอมพร้อมใจที่จะได้รับการฝึกฝนและเตรียมไว้อย่างกว้างขวาง รอบคอบหลังจากนั้นหากว่าเขาต้องการจะได้รับผลตอบแทนที่สูงและเหมาะสมเขาจะต้องศึกษาและเติบโตต่อไป เขาจะต้องรู้เรื่องของการประกันชีวิตก่อนที่จะสามารถขายได้สำเร็จ

8.5.2 ผู้แทนผู้ประสบความสำเร็จ จะต้องได้รับการฝึกสมองและความรู้ ความสามารถ ซึ่งเป็นเหตุแห่งการเป็นผู้ได้รับการศึกษา ไม่มีความรู้อันใดที่จะไม่เป็นประโยชน์สำหรับเขาไม่ว่าจะได้จากหนังสือหรือได้จากประสบการณ์

8.5.3 เขาจะต้องเป็นคนที่ซื่อสัตย์ หากปราศจากเสียซึ่งความซื่อสัตย์ก็จะปราศจากเสียซึ่งความเข้าใจกันระหว่างมนุษย์ชน บุคคลผู้ที่ไม่มีความซื่อสัตย์เป็นบุคคลที่ไร้ค่า เพราะว่าเป็นบุคคลที่ปราศจากรากฐาน การเป็นผู้ถือสัตย์โดยไม่เคลื่อนคลอนเป็นยากระดุนใหญ่ยิ่งที่สุด สำหรับบุคคลที่ให้ทำงานยาก ๆ ได้สำเร็จ เพราะมันจะคอยส่งเขาและนำชัยชนะมาให้แก่เขา มันเป็นคนสมบัติประการเดียวเท่านั้นที่เป็นมรดกงามให้แก่ ความพยายามอันดีที่สุดของเขา และได้แสดงให้เห็นถึงข้อพิสูจน์ชั้นสุดยอว่าเขาเป็นคนที่เหมาะแล้ว ที่จะได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจ ความเกรียงไกรของมันนั้นใหญ่หลวงไปกว่าความร่ำรวย เพราะว่ามันนำมาซึ่งเพื่อนแท้ ผู้ที่ยินดีจะให้อภัยในสิ่งใดที่เขาผู้นั้นขาดตกบกพร่อง สังคมนั้นสร้างอยู่บนกฎอันหลีกเลี่ยงไม่ได้ของสัตยธรรม และไปไหนไม่ได้หากว่าไม่มีการเชื่อถือซึ่งกันและกันในหมู่สมาคม คนเราอาจจะประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างผาสุกพอประมาณโดยปราศจากมือหรือเท้า ปราศจากการศึกษา หรือโอกาส แต่ไม่มีมนุษย์ที่ไหนที่จะสำเร็จและมีความสุขโดยปราศจากความสัตย์ในตนเอง คนที่ปราศจากความซื่อสัตย์ไม่มีค่าพอที่จะเป็นที่นับถือของผู้ใดรวมทั้งตนเอง

8.5.4 เขาควรจะเข้าร่วมงานสังคมในท้องถิ่นของเขาให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้แท้จริงแล้วควรจะทำให้เป็นส่วนหนึ่งของละแวก ความสำเร็จจะดำรงคงอยู่ได้โดยไม่เสื่อมคลายนั้นจำเป็นที่เขาจะต้องพบและประสพกับคนใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ และแต่งกายให้เรียบร้อยตลอดเวลาไปไหนมาไหน

8.5.5 เขาจะต้องจดรายการโดยวิธีใดวิธีหนึ่งและนิสัยเพื่อนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์อย่างที่สุด ในทำนองเดียวกัน เขาจะต้องปรับการเงินของเขาให้อยู่ในระดับโดยการมีประกันชีวิตของตนเองพอสมควร และชำระหนี้สินของเขาตามเวลา ความสำคัญข้อนี้ขาดไม่ได้

8.5.6 เขาจะต้องเป็นคนที่อยู่ในศีลในธรรม เขาจะต้องดำเนินชีวิตในขอบเขตของกฎหมาย สะอาดทั้งใจและกาย เขาจะต้องใช้เงินที่หามาได้และเหลือเก็บไว้บ้าง เขาจะต้องรักษาสุขภาพตนเอง โดยการรับประทานอาหารที่ถูกเรื่องและบริหารร่างกายให้ถูกต้อง

8.5.7 เขาจะต้องรักษานามของเขา หากว่าเขาทำงานที่เขาไม่ชอบ เขาไม่เป็นแต่คนขลาดเท่านั้นแต่เป็นผู้ทำให้เวลาของตนเอง และเวลาของนายจ้างของเขาเสียไปโดยปราศจากประโยชน์ และทำให้ทำลายโอกาสดี ๆ ไปอีกด้วย เขาจะต้องตื่นเต้นในคุณค่าอันไพศาลของการประกันชีวิตเสียก่อน เขาจึงจะสามารถทำให้คนอื่นพลอยตื่นเต้นตามไปด้วย

8.5.8 เขาจะต้องตระหนักได้อย่างแน่นแฟ้นว่าเขาทำงานที่สำคัญซึ่งต้องการสติปัญญา ความซื่อสัตย์สุจริต และความเชื่อถือได้ ความคิดของเขาจะต้องโน้มแน่วไปในทางบริการที่เขามอบให้แก่ลูกค้าโดยสิ้นเชิง หากว่าเขายึดถือหลักนี้เอาไว้เป็นเรื่องที่สูงสุดในความคิดของเขา เขาก็จะไม่มีทางทำผิดไปไม่ว่าจะเป็นกรรมธรรม์ที่เขาขาย หรือว่ากรรมธรรม์อื่นที่ลูกค้าของเขาอาจจะต้องการ

ความเอางานเอาการของเขาจะต้องไม่ทำให้เขาเป็นคนกร้าว เขาจะเป็นคนร่าเริงสนุกสนานและยิ้มแย้มแจ่มใสเพราะได้สละตนมาเพื่อความดีเด่นของมนุษยชน

8.5.9 เขาจะต้องเป็นคน ที่มีหน้าที่แน่นอนแทนที่จะเป็นคนตุ่หตุ่เห่ไปตามเรื่อง การทำเช่นนี้ได้เขาก็จะมีนายที่ดี และนายที่ดีนั้นคือคุณธรรมในด้านสูงเหนือตนของเขานั้นเองเขาจะต้องมอบงานตนเองทำอย่างมากมายเพื่อว่าจะได้ไม่มีเวลาไปเฉื่อยแฉะที่ไหน หรือว่าปล่อยให้อารมณ์ฝ่ายต่ำมาล่อลวง นายของเขาจะต้องเป็นนายที่เก่งพอซึ่งเขาเองได้มอบความไว้นั้นเชื่อใจให้โดยตลอด โดยทำงานร่วม ไม่ใช่ทำงานเพื่อเขา เขาจะต้องให้อำนาจให้สั่งให้เขามาทำงานเป็นคนแรก และเลิกงานเป็นคนสุดท้ายโดยเต็มที่

8.5.10 ในความสัมพันธ์ของเขากับประชาชน ผู้แทนจะต้องถือว่าตัวเองนั้นเป็นทั้งผู้แทนทั่วไปและเป็นเจ้าของบริษัทเอง ลูกค้านั้นไม่รู้จักบริษัทหรือสัญญาแต่ประการใดนอกจากที่ผู้แทนแจ้งให้ทราบ เมื่อออกตลาดคนเดินตลาดก็คือตัวบริษัทเองด้วย เหตุนี้เองเขาจะต้องแสดงให้เห็นว่าบริษัทนั้นมีศักดิ์ศรี มีความซื่อสัตย์ และให้ความเที่ยงธรรมอย่างที่สุด (เจ.บี. เดอร์เบีย. 2514 : 23 -28)

8.6 กระบวนการขายประกัน 5 ขั้น

กระบวนการขายประกันชีวิตนั้น สถาบันวิจัยการตลาดประกันชีวิตของสหรัฐอเมริกา (Life Insurance Marketing and Research Association : LIMRA) ได้ระบุไว้ 5 ขั้น ดังนี้

8.6.1 ขั้นสำรวจค้นหาข้อมูลของผู้มุ่งหวัง (Prospecting)

8.6.2 ขั้นเตรียมการพบปะ (Pre-Approach)

8.6.3 ขั้นพบปะสนทนา (Approach or Interview)

8.6.4 ขั้นสรุป หรือปิดการขาย (Close)

8.6.5 ขั้นบริการหลังการขาย (Service After Sell)

8.6.1 ขั้นสำรวจค้นหาข้อมูลของผู้มุ่งหวัง ในวงการประกันชีวิตนั้น มีขั้นตอนในการกำหนดไว้ 5 ขั้น คือ

ขั้นที่ 1 การแสวงหารายชื่อรายชื่อบุคคลต่าง ๆ

ขั้นที่ 2 การหาคำบอกเล่าต่าง ๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับนามบุคคลต่าง ๆ เหล่านั้น

ขั้นที่ 3 บันทึกสิ่งต่าง ๆ เช่นอายุ ที่อยู่ อาชีพ รายได้ของครอบครัว สถานภาพ การสมรส จำนวนผู้ที่จะต้องอุปการะ หรือเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือไม่

ขั้นที่ 4 จงพยายามหาทางที่จะเสนอแนะให้รู้จักกับบุคคลต่าง ๆ เหล่านั้น

ขั้นที่ 5 ตัดรายชื่อที่แน่ใจว่าเป็นผู้มุ่งหวังที่ไม่เหมาะสมที่จะซื้อประกันชีวิตทั้ง ซึ่งอาจจะเป็นการก่อนเข้าพบ หรือหลังการเข้าพบผู้มุ่งหวังแล้ว คงเหลือเฉพาะรายชื่อผู้มุ่งหวังที่คาดว่าจะสามารถซื้อประกันได้

8.6.2 ขั้นเตรียมการพบปะ ก่อนการเข้าพบผู้มุ่งหวังเราควรวางแผนอะไรบ้าง ผู้ขายจะต้องมีความรู้ในเรื่องของการประกันชีวิต แบบประกัน เตรียมวิธีเสนอขายที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะลบล้างข้อสงสัยและความหวาดกลัวทั้งปวง เตรียมอุปกรณ์การขาย เช่นโบชัวร์ ชวน หรือใบเสนอขาย เครื่องคิดเลข สมุดอัตราเบี้ยประกันภัย ใบคำขอเอาประกันภัย ใบแถลงสุขภาพโดยแพทย์ กระดาษเปล่า ซึ่งที่กล่าวมาแล้วเป็นเพียงเบื้องต้นนักขายที่มีความชำนาญและเตรียมพร้อมอยู่เสมอจะมีวัสดุที่ช่วยในการขาย เช่น ของที่ระลึกจากบริษัท เช่น ร่ม ปากกา แก้วน้ำ เพื่อนำไปเป็นของฝากแก่ผู้มุ่งหวัง

8.6.3 ขั้นพบปะสนทนา ขั้นนี้จะเป็นการพูดถึงการเสนอขาย ซึ่งผู้ขายจะต้องแสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ท่านเสนอต่อเขานั้น ก็คือ วิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดของผู้มุ่งหวัง ผู้ขายจึงจำเป็นต้องจูงใจให้ผู้มุ่งหวังเกิดความเชื่อมั่นในคุณค่าของคำแนะนำที่ให้แก่เขา ซึ่งขั้นนี้ผู้มุ่งหวังอาจมีข้อซักถาม ซึ่งผู้ขายอาจจะพบผู้มุ่งหวังมากกว่าหนึ่งครั้งเพื่อที่จะทำให้เขาเกิดความมั่นใจอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ท่านได้พิสูจน์เป็นที่พอใจแก่ผู้มุ่งหวังว่าสิ่งที่ท่านเสนอออกมานั้นสามารถแก้ปัญหาที่มีอยู่ได้ ท่านได้อธิบายแบบประกัน และความสงสัยต่าง ๆ ต่อผู้มุ่งหวังจนเกิดความพอใจ

8.6.4 ขั้นสรุป หรือปิดการขาย การปิดการขายเป็นขั้นตอนที่จะต้องวางแผนล่วงหน้ามากพอ ๆ กับขั้นตอนอื่น ๆ มิใช่สิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อเนื่องจากการเจรจาเสนอขายภายใต้บรรยากาศที่ดีกับผู้มุ่งหวัง โดยทันทีที่การปิดการขายจะต้องนำมาใช้ภายหลังที่ได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างถูกต้องตามกาลเวลาก่อนที่จะพยายามปิดการขาย จะต้องแน่ใจว่าผู้มุ่งหวังได้รับข้อมูลเพียงพอการตัดสินใจ

8.6.5 ขั้นบริการหลังการขาย นักขายประกันที่ประสบความสำเร็จ เริ่มต้นการให้บริการของเขาด้วยการขายกรมธรรม์ ถ้าหากความต้องการต่าง ๆ ของผู้มุ่งหวังได้มีการวิเคราะห์อย่างถูกต้อง ถ้าหากได้มีการติดตามการขายด้วยการเยี่ยมเยียน เพื่อให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ในไม่ช้าผู้ขายนั้นจะพิสูจน์ตนเองให้เห็นว่าสามารถเป็นที่ปรึกษาที่ดี ในด้านการประกันชีวิตสำหรับครอบครัวเขา มีสถานการณ์หลายอย่างที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ของลูกค้ายี่จำเป็นต้องใช้บริการของผู้ขาย เช่น

8.6.5.1 เขาอาจต้องการกู้เงินเพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน ท่านสามารถอธิบายประโยชน์จากการประกันชีวิตและช่วยให้เขาปฏิบัติให้ถูกต้องตามข้อกำหนดในกรมธรรม์

8.6.5.2 ความขัดสนทางการเงินชั่วคราว อาจทำให้เขามีความลำบากที่จะชำระเบี้ยประกันเต็มจำนวนต่อไป ผู้ขายอาจแนะนำโดยบริษัทเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันแทนโดยอัตโนมัติ ซึ่งเป็นสิทธิข้อหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในสัญญาประกันชีวิต

8.6.5.3 ในบางครั้งลูกค้ายี่อาจมีความจำเป็นต้องปล่อยให้กรมธรรม์ขาดอายุ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นที่ผู้ขายจะต้องไปเยี่ยมโดยเร็วเพื่อหาทางแก้ปัญหา และแนะนำให้เขาปรับปรุงประมาณการใช้จ่ายลง ซึ่งอาจช่วยให้ลูกค้ายี่รักษากรมธรรม์ให้คงอยู่ต่อไปได้เพราะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์การประกันชีวิตนั้น ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภทอื่นสินค้าบริการนี้จะต้องถูกเสนอขายโดยบุคคลโดยตรงซึ่งจะเกิดผลการสนองตอบของลูกค้ายี่ในการตกลงใจที่จะซื้อสินค้าบริการ

มีมากกว่า เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นเพราะธุรกิจวิชาชีพประกันชีวิตนั้นตัวสินค้าอาจเกิดขึ้นจากความต้องการของผู้ซื้อได้ เพราะมนุษย์เราเมื่อมีการดำรงชีพ ก็มีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ที่เรียกว่าปัจจัย 4 มาสนองตอบความจำเป็นหรือความต้องการนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียาได้มีเงินไว้ใช้จ่ายเกิดภัยอันตรายขึ้นกับบุคคลนั้นๆ

เมื่อการสูญเสียเกิดขึ้นได้โดยไม่เลือกเวลา สถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบุคคลใดก็ตามย่อมก่อให้เกิดความเดือดร้อน ความทุกข์แก่ครอบครัวของบุคคลนั้น จะมีสถาบันใดเล่าที่จะเข้ามาให้ความช่วยเหลือแก่พวกเขาเหล่านั้น คงจะมีเพียงแต่สถาบันประกันชีวิตที่สามารถตอบสนองความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นนั้นได้ โดยนำเงินที่ได้รับจากการประกันชีวิตที่เกิดขึ้นมาปลดเปลื้องภาระต่าง ๆ ได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2537 : 46 - 47)

8.7 จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต

8.7.1 มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้เอาประกัน บริษัท และเพื่อนร่วมอาชีพ

8.7.2 ให้บริการที่ดีย่อมสม่ำเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกัน

8.7.3 รักษาความลับของผู้เอาประกัน และของบริษัทต่อบุคคลภายนอก

8.7.4 เปิดเผยข้อเท็จจริงของผู้เอาประกัน ในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เพื่อการพิจารณารับประกัน หรือเพื่อความสมบูรณ์แห่งกรมธรรม์

8.7.5 ไม่เสนอแนะผู้เอาประกันทำประกันเกินความสามารถในการชำระเบี้ยประกัน หรือเสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์

8.7.6 ไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันสละกรมธรรม์เดิมเพื่อทำสัญญาใหม่ หากทำให้ผู้เอาประกันเสียประโยชน์

8.7.7 ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าบำเหน็จ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้เอาประกันชีวิต

8.7.8 ไม่กล่าวให้ร้ายทั้ภมตัวแทนประกันชีวิต หรือบริษัทอื่น

8.7.9 หมั่นความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ

8.7.10 ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมและประเพณีอันดีงาม ทั้งธำรงไว้ซึ่งเกียรติ ศักดิ์ศรี และคุณธรรม แห่งอาชีพปฎิญาณ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2537 : 66)

9. กรมธรรม์

9.1 คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ

การแถลงข้อเท็จจริงและการตรวจสุขภาพโดยแพทย์ เป็นมาตรการในการวิเคราะห์โรคเพื่อการคัดเลือกลั่นกรองการเสี่ยงภัย โดยเฉพาะการเอาประกันภัยในรายที่มีจำนวนเงินประกันภัยสูง หรือในกรณีที่มีอาการนำสงสัยว่าจะมีโรคร้ายแรง บริษัทประกันภัยจะมอบหมายให้แพทย์ทำการตรวจสุขภาพทั่วไป ซึ่งมีแบบฟอร์มการตรวจร่างกายส่วนต่าง ๆ หรือการตรวจด้วยเครื่องมือการตรวจพิเศษทั้งทางเคมี และทางไฟฟ้า หรือคอมพิวเตอร์ แต่การตรวจสุขภาพดังกล่าวเป็นมาตรการ

เข้มที่บริษัทนำมาใช้ในการวินิจฉัยสุขภาพและพิจารณารับประกันภัยอย่างไรก็ดี ผู้เอาประกันภัยจะต้องตอบข้อเท็จจริงที่แพทย์ถามทั้งหมด เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ในการทำสัญญา เช่น (1) เคยพบแพทย์หรือปรึกษาโรคครั้งสุดท้ายเมื่อใด เหตุที่ปรึกษา (2) เคยเสพยาเสพติดหรือสารเสพติดหรือสุราหรือสิ่งมีเมาหรือไม่ ถ้าเคยให้เล่ารายละเอียด ถ้าสูบบุหรี่วันละกี่มวน (3) เคยเป็นโรคเกี่ยวกับหูด ตา คอ จมูก ระบบการย่อยอาหาร ระบบหัวใจ และเลือด โรคเกี่ยวกับระบบปัสสาวะ สืบพันธุ์ โรคเมเร็ง หรือเนื้องอก หรือโรคระดูก ไขข้อ ฯลฯ หรือถ้าเป็นสตรีก็ถามเกี่ยวกับอาการผิดปกติของเต้านม ช่องคลอด มดลูก รังไข่ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การแถลงเกี่ยวกับสุขภาพและประวัติที่แจ้งต่อแพทย์ในกรณีที่ตรวจสุขภาพหรือแจ้งต่อตัวแทนประกันชีวิต ในกรณีที่ไม่ต้องตรวจสุขภาพ จะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันในสาระสำคัญ คำแถลงของผู้ขอเอาประกันภัย

ดังได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่า คำขอเอาประกันชีวิตนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งผู้ขอเอาประกันชีวิตจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่จะเอาประกันชีวิต ในส่วนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับสุขภาพ และอีกส่วนเกี่ยวกับสุขภาพ และประวัติการรักษาพยาบาลของผู้เอาประกันชีวิต ซึ่งในส่วนที่สองนี้จะมีสาระสำคัญต่อการที่บริษัทรับประกันภัยตอบรับข้อเสนอ หรือบอกปัดไม่ยอมทำสัญญาด้วย หรือมีเงื่อนไขในการทำสัญญา การปกปิดไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงของผู้เอาประกันชีวิตจะเป็นเหตุให้สัญญาเป็นโมฆียะ แต่ในการปิดบังไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงจะต้องเป็นสาระสำคัญจนถึงขั้นที่จะเป็นเหตุให้บริษัทขอเพิ่มเบี้ยประกันภัยให้สูงขึ้น หรือบอกปัดในการทำสัญญาด้วย เช่น ในกรณีที่ศาลฎีกาได้พิพากษาแล้ว ดังนี้

ก. ข้อเท็จจริงที่ถือเป็นสาระสำคัญ

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 858/2515 ซึ่งผู้เอาประกันชีวิตเคยป่วยเป็นโรคเบาหวานแต่ปกปิดไม่เปิดเผยให้บริษัททราบ บริษัทรับประกันภัยยอมบอกล้างสัญญาได้ ถึงแม้จะแย้งว่าสาเหตุที่ตายไม่ใช่เนื่องจากโรคเบาหวาน แต่เมื่อโรคเบาหวานเป็นโรคสำคัญที่บริษัทต้องการทราบและมีคำถามอยู่ในใบแถลงสุขภาพ ซึ่งผู้เอาประกันภัยปกปิดไม่เปิดเผย ทำให้บริษัทหลงผิดทำสัญญาด้วยสัญญาประกันภัยจึงเป็นโมฆียะ

ข. ข้อเท็จจริงที่ไม่ถือเป็นสาระสำคัญ

โรคบางโรคอาจไม่ใช่โรคที่อันตรายร้ายแรงถึงขนาดที่ผู้รับประกันภัย จะต้องเพิ่มเบี้ยประกันภัยหรือบอกปัดการทำสัญญา ในกรณีเช่นนี้เคยมีคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 715/2523 โดยวินิจฉัยว่าโรคไส้เลื่อนไม่ใช่โรคที่มีอันตรายร้ายแรง การที่ผู้เอาประกันชีวิตเคยเป็นโรคนี้และได้รับการผ่าตัดรักษามาก่อนแล้ว แต่ไม่ได้แจ้งให้แพทย์ผู้รับประกันชีวิตทราบเมื่อเอาประกันชีวิตครั้งนี้ ก็ถือว่ายังไม่ถึงขนาดที่จะอนุมานได้ว่า ถ้าได้แจ้งเช่นนั้นผู้รับประกันภัยจะบอกปัดไม่รับประกันภัย หรือเรียกเบี้ยประกันภัยให้สูงขึ้น จึงไม่ทำให้สัญญาเป็นโมฆียะ

หรือในกรณีไม่แจ้งหน้าที่การงานซึ่งไม่มีลักษณะเสี่ยงภัยจนบริษัทต้องเรียกเบี้ยประกันภัยเพิ่ม หรืออาชีพหน้าที่การงานที่มีอัตราเบี้ยประกันภัยเท่ากันเช่นนี้ก็ไม่ถือเป็นสาระสำคัญ

9.1.1 สารสำคัญที่ต้องแถลง

ในเรื่องก่อนได้กล่าวถึง คำขอเอาประกันภัย ซึ่งมีรายการต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้เอาประกันภัย จากคำแถลงต่าง ๆ ทำให้บริษัทรับประกันภัยสามารถพิจารณาสถานการณ์เสี่ยงภัยได้ ในส่วนหนึ่งอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับเสี่ยงภัย และมักเป็นข้อพิพาทกันเนื่องจากการปกปิดไม่เปิดเผยความจริงเกี่ยวกับร่างกาย และประวัติการเจ็บป่วยของผู้เอาประกันภัยก่อนทำสัญญาประกันภัย และในขณะที่ทำประกันภัยในส่วนนี้จะจะมีแบบคำถามให้ผู้เอาประกันภัยแถลง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ (1) บรรยายเกี่ยวกับขนาดและสภาพร่างกายปัจจุบันของผู้เอาประกันภัย (2) คำแถลงเกี่ยวกับประวัติครอบครัว (3) สอบถามเกี่ยวกับอุปนิสัยในการใช้ยาเสพติด สุรา บุหรี่ ยา กระตุ้นประสาท (4) ประวัติ สุขภาพของผู้เอาประกันภัย การรักษาโรคหรือการผ่าตัดอย่างน้อยเมื่อ 5 ปี ที่ผ่านมารวมชื่อแพทย์ที่ทำการรักษา (5) คำถามสำหรับสตรี

การแถลงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้เอาประกันภัย ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของอาชีพความเป็นอยู่ทั่วไปหรือเกี่ยวกับสุขภาพร่างกาย ล้วนแต่เป็นสาระสำคัญต่อการพิจารณาข้อเสนอในการทำสัญญาประกันภัยหรือรับโดยมีเงื่อนไขหรือบอกปิดการทำสัญญาและถ้าผู้เอาประกันภัยปิดบังไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงที่ตนรู้อาจเป็นเหตุให้สัญญาเป็นโมฆียะคือ ถูกบอกล้างสัญญาได้ตามกฎหมายและการที่บริษัทมีคำถามหลายข้อมิใช่ว่าจะชอกช้ำอยากรู้ความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น หากแต่ประสงค์จะหลีกเลี่ยงมิให้เกิดเป็นคดีฟ้องร้องหรือต้องบอกล้างสัญญาหลังจากทำสัญญาแล้ว และเพื่อความเป็นธรรมกับผู้เอาประกันภัยรายอื่น ๆ นับพันนับหมื่นราย

ความจริงการแถลงเกี่ยวกับสุขภาพและประวัติการรักษาพยาบาลนั้น นายแพทย์ผู้ทำการตรวจสุขภาพจะเป็นผู้ซักถามผู้เอาประกันภัย และบันทึกปากคำตามที่ผู้เอาประกันภัยบอกเล่า เมื่อครบถ้วนความแล้วจะอ่านทวนให้ฟัง แล้วให้ผู้เอาประกันภัยลงชื่อกำกับไว้ พร้อมทั้งยืนยันคำแถลงทั้งหมดว่าเป็นความจริง และคำยินยอมให้เปิดเผยเกี่ยวกับประวัติของผู้เอาประกันภัยเพื่อการรับประกันภัยได้แต่สมัยต่อมาบริษัทประกันชีวิตได้พัฒนาวิธีการในการตรวจสุขภาพผู้เอาประกันภัย โดยเฉพาะในรายที่เอาประกันภัยด้วยเงินจำนวนเงินสูง เช่น เกินกว่า 500,000 บาท หรือผู้มีอายุเกิน 45 ปี เป็นต้น ส่วนผู้ที่เอาประกันภัยอายุต่ำกว่า 45 ปี และจำนวนเงินเอาประกันภัยต่ำกว่า 500,000 บาท ไม่ต้องให้แพทย์ตรวจสุขภาพแต่คงให้ผู้เอาประกันภัยแถลงเกี่ยวกับประวัติการรักษาและสุขภาพปัจจุบันโดยตัวแทนประกันชีวิตทำหน้าที่สอบถามแทน และผู้เอาประกันภัยเป็นผู้ให้ถ้อยคำและลงชื่อรับรองความถูกต้องในการแถลงดังกล่าว ในกรณีที่มีข้อบ่งชี้ว่าผู้เอาประกันภัยมีโรคร้ายแรงจึงส่งให้แพทย์ทำการตรวจสุขภาพเพิ่มเติม

ในใบแถลงประวัติสุขภาพของผู้เอาประกันภัยประกอบด้วยคำถาม ต่อไปนี้

1. รูปร่างลักษณะของผู้เอาประกันภัย ซึ่งผู้เอาประกันภัยจะต้องแจ้งสัดส่วนของร่างกายว่ามีขนาด ความสูง น้ำหนัก โดยเฉพาะน้ำหนักที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไรในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมามีน้ำหนักเพื่อจะได้วินิจฉัยว่าขนาดของร่างกายอยู่ในเกณฑ์ปกติหรือมีท่าที่ส่อไปในทางที่จะมีโรคหรือนำมาซึ่งโรคเกินเกณฑ์ปกติการประเมินค่าประกันภัยก็จะเพิ่มสูงขึ้น อาจ

เป็นอาการบ่งบอกว่าผู้เอาประกันภัยกำลังตกอยู่ในอันตรายของโรคใดโรคหนึ่ง ซึ่งจะทำให้สุขภาพเสื่อมโทรม หรือในกรณีที่มิเช่นนั้นเพิ่มมากขึ้นผิดปกติ อันอาจนำไปสู่โรคหัวใจหรือความดันเลือดสูง หรือไขมันในเส้นเลือด เป็นต้น และถ้าไม่แน่ใจผู้รับประกันภัยก็อาจเสนอให้มีการตรวจสุขภาพร่างกายอย่างถี่ถ้วนก่อนตกลงรับประกันภัยก็ได้

2. ประวัติครอบครัวของผู้เอาประกันภัย เป็นข้อมูลอย่างหนึ่งที่ผู้รับประกันภัยใช้ในการพิจารณาการเสี่ยงและประเมินเบี้ยประกันภัย ผู้เอาประกันภัยจึงต้องแจ้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบิดา มารดา คู่สมรส หรือพี่น้อง ว่าเคยเป็นโรคที่มีโอกาสติดต่อทางกรรมพันธุ์ และติดต่อโดยการอยู่ร่วมกันได้ โดยเฉพาะโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องซึ่งเป็นโรคร้ายแรงที่บริษัทประกันภัยไม่ยอมรับเสี่ยง

3. อุปนิสัยของผู้เอาประกันภัยในการดำรงชีวิต ซึ่งมีความจำเป็นต้องแจ้งให้ผู้รับประกันภัยทราบ เช่น ดิทยาเสพติด หรือติดสุราหรือของมีนเมา สารก่ดประสาท ซึ่งสิ่งเหล่านี้บริษัทรับประกันภัยจะปฏิเสธการรับเสี่ยงหากทราบถึงพฤติกรรมการใช้ยาเสพติดเกินขนาด

4. ประวัติเกี่ยวกับสุขภาพของผู้เอาประกันภัย ซึ่งมีสาระสำคัญในการวินิจฉัยในการรับประกันภัยและผู้เอาประกันภัยจะต้องแจ้งให้บริษัททราบว่าเคยเป็นหรือไม่ เช่น

4.1 โรคเกี่ยวกับหู ตา จมูก หรือคอ

4.2 โรคจิต โรคทางสมอง หรือระบบประสาท วิงเวียนศีรษะบ่อย ๆ

4.3 วัณโรค โรคหืด หอบ หรือปอดอักเสบ หรืออาการที่เคยปรากฏ

4.4 อาการเจ็บหน้าอก โรคความดันเลือดสูง โรคเลือด หรือโรคหัวใจ

4.5 อาการที่บ่งบอกการทำงานของระบบขับถ่ายผิดปกติ เช่นท้องอืดเฟ้อบ่อย ๆ

แผลในกระเพาะ ซึ่งอาจนำไปสู่การเป็นโรคร้ายได้

4.6 อาการเกี่ยวกับถุงน้ำดี กระเพาะอาหาร ลำไส้ หรือโรคในช่องท้อง

4.7 โรคไต นิ่ว กามโรค หรือโรคที่เกี่ยวกับอวัยวะสืบพันธุ์ และระบบขับถ่าย

ปัสสาวะ

4.8 โรคเนื้องอกหรือมะเร็ง หรือตุ่มเนื้อที่งอกขึ้นและโตผิดปกติ

4.9 โรคไขมาตุติค โรคข้ออักเสบ โรคเกาต์ หรือโรคเกี่ยวกับกระดูกสันหลังหรือ

กล้ามเนื้อ

4.10 ความบกพร่องทางร่างกายหรือความพิการไม่สมประกอบทั้งร่างกาย หรือจิตใจ คำถามเหล่านี้ ผู้เอาประกันภัยจะต้องแจ้งให้ผู้รับประกันภัยทราบเพื่อประเมินค่าการเสี่ยงภัย การไม่แถลงข้อเท็จจริงให้บริษัททราบจะกลายเป็นการปกปิดความจริง หรือแจ้งเท็จอันเป็นเหตุให้สัญญาเป็นโมฆียะและบริษัทบอกกล่าวสัญญาได้

ประวัติการตรวจสุขภาพและการรักษา ซึ่งผู้เอาประกันภัยเคยได้รับไม่ว่าจะเป็นการตรวจสุขภาพปกติหรือเพื่อค้นหาวินิจฉัยโรคของแพทย์ หรือการบาดเจ็บ การผ่าตัด หรือการปรึกษาแพทย์ด้วยอาการใด ๆ และคำแนะนำของแพทย์ ซึ่งบริษัทรับประกันภัยถือเป็นสาระสำคัญในการประเมินค่าประกันภัยแต่ละราย

5. ผู้เอาประกันภัยที่เป็นสตรี ซึ่งจะต้องแจ้งความจริงเกี่ยวกับการตั้งครรภ์ หรือมีอาการผิดปกติที่เด่นชัด ช่องคลอด มดลูก รังไข่ หรือท่อรังไข่ หรือเคยแท้งบุตร หรือการคลอดผิดปกติ และถ้าสามีเอาประกันชีวิตไว้ จะต้องแจ้งจำนวนเงินประกันภัยให้บริษัททราบด้วย

คำถามทั้ง 5 ข้อที่ปรากฏข้างบนนี้ ล้วนเป็นสาระสำคัญที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องแจ้งความจริงให้ผู้รับประกันภัยทราบ โดยให้คำยืนยันและลงลายมือชื่อรับรองไว้ท้ายคำแถลง คำยืนยันของผู้เอาประกันภัย มีสาระสำคัญคือ

- (1) ยืนยันว่าด้วยคำหรือคำตอบที่ให้ไว้เป็นความจริงทั้งหมด
- (2) ยินยอมให้บริษัทนำข้อเท็จจริงที่ให้ไว้ไปประกอบการพิจารณารับประกันภัยได้
- (3) ยินยอมให้บริษัทเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสุขภาพต่อบริษัทประกันภัยอื่นได้
- (4) ยินยอมให้แพทย์หรือบุคคลที่ได้เคยตรวจรักษาที่ผ่านมา และอนาคตเปิดเผยข้อเท็จจริงได้

(5) ยืนยันว่าไม่เคยทราบว่าตนเองเป็นโรคเอดส์ หรือเลือดบวกไวรัส โรคเอดส์ และยอมรับว่าถ้าป่วยเป็นโรคเอดส์บริษัทจะไม่ยอมรับประกันชีวิต

(6) ยินยอมให้บริษัทหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายทำการตรวจเลือด หรือปัสสาวะเพื่อนำผลมาประกอบการพิจารณารับประกันภัยได้

9.1.2 การปกปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ

การปกปิดความจริงว่าไม่เคยเจ็บป่วย ไม่เคยรักษาตัวในโรงพยาบาล ทำให้สัญญาประกันชีวิตเป็นโมฆะเมื่อผู้รับประกันภัยบอกกล่าวภายใน 1 เดือนแล้ว สัญญาจะตกเป็นโมฆะ ผู้รับประกันภัยจะเรียกเงินประกันชีวิตมิได้ ดังจะเห็นได้จากคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 355/2505 ซึ่งผู้รับประกันภัยของผู้เอาประกันภัยได้ฟ้องเรียกเงินตามสัญญาประกันชีวิต เรื่องมีอยู่ว่า ผู้เอาประกันภัยได้ทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2498 และได้ถึงแก่กรรมเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2499

บริษัทประกันภัยเมื่อได้รับแจ้งการตายของผู้เอาประกันภัย และทำการสืบสวนได้ความจริงว่า ผู้เอาประกันภัยป่วยเป็นโรคมะเร็งในเม็ดโลหิตขาว และเคยป่วยเข้ารับรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาลศิริราชตั้งแต่วันที่ 13 พฤษภาคม 2498 จนถึงวันที่ 18 กรกฎาคม 2498 ต้องให้โลหิต 10 -12 ครั้ง ซึ่งโรคนี้ไม่มีทางรักษาให้หาย

ผู้ขอเอาประกันภัยได้ทำประกันชีวิตและให้นายแพทย์ทำการตรวจสุขภาพ และผู้เอาประกันภัยได้แถลงในการสอบถามเกี่ยวกับประวัติสุขภาพของตน ตามคำถามในใบแถลงสุขภาพต่อแพทย์ โดยเฉพาะในข้อ 21 ถามว่า “ท่านเคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ฯลฯ ถ้าเคย เนื่องจากโรคอะไร และเมื่อใด” และข้อ 22 ถามเคยหยุดงานประจำเนื่องจากตรากตรำงานเกินไป หรือเนื่องจากความเจ็บป่วยเป็นเวลาเกิน 1 เดือน หรือไม่ ถ้าเคยให้แจ้งรายละเอียด และข้อ 23 ถามเคยเจ็บป่วย ฯลฯ หรือไม่แต่ทุกรายการตามแบบฟอร์มผู้ตรวจลงว่า “ไม่” ซึ่งผู้ขอเอาประกันภัย ได้

ลงชื่อรับรองความถูกต้องต่อหน้านายแพทย์ผู้ตรวจบริษัทเห็นว่าถูกต้อง และเชื่อเช่นนั้นจึงตกลงรับประกันชีวิตผู้ขอเอาประกันภัยรายนี้

การที่ผู้เอาประกันภัยแจ้งต่อแพทย์ผู้ตรวจว่า ไม่เคยเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาล ไม่เคยเจ็บป่วยเนื่องจากโรคอะไร และไม่เคยหยุดงานเป็นเวลาเกิน 1 เดือน ทั้ง ๆ ที่เคยเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลด้วยโรคมะเร็งในเม็ดโลหิตขาว และหยุดงานเพื่อรักษาเป็นเวลาเกินกว่า 2 เดือน แสดงให้เห็นว่าผู้ขอเอาประกันภัยปกปิดความจริงแฉงความเท็จ สัญญาประกันชีวิตจึงเป็นโมฆียะ บริษัทไม่ต้องรับผิดชอบจ่ายเงินประกันภัย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2537 : 107 – 110)

9.2 เงื่อนไขกรมธรรม์

9.2.1 ความสมบูรณ์ของสัญญาประกันภัย

สัญญาประกันภัยนี้เกิดจากการที่บริษัทเชื่อถือข้อแถลงของผู้เอาประกันภัย ในใบคำแถลงขอเอาประกันภัย ใบแถลงสุขภาพและข้อแถลงเพิ่มเติมอื่นใดที่ผู้เอาประกันภัยลงลายมือชื่อไว้ และได้มีการชำระเบี้ยประกันภัยงวดแรกแล้ว บริษัทจึงได้ตกลงทำสัญญาและออกกรมธรรม์ให้

ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยรู้อยู่แล้ว แถลงข้อความอันเป็นเท็จตามวรรคหนึ่ง หรือรู้อยู่แล้วในข้อความจริงใด แต่ไม่เปิดเผยข้อความจริงนั้นให้บริษัททราบ ซึ่งถ้าบริษัททราบข้อความจริงนั้น ๆ อาจจะได้จูงใจบริษัทบอกปิดไม่ยอมทำสัญญา สัญญาประกันภัยนี้จะตกเป็นโมฆียะ ตามมาตรา 865 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บริษัทมีสิทธิบอกล้างสัญญาได้

บริษัทจะไม่ปฏิเสธความรับผิดชอบ โดยอาศัยข้อแถลงนอกเหนือจากที่ผู้เอาประกันภัยได้แถลงไว้ในเอกสารตามวรรคหนึ่ง

9.2.2 การไม่โต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ของสัญญาประกันภัย

เมื่อกรมธรรม์มีผลบังคับ ในขณะที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่เป็นเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป นับตั้งแต่วันทำสัญญาประกันภัย หรือหากมีการต่ออายุกรมธรรม์ ให้นับตั้งแต่วันต่ออายุสัญญาครั้งสุดท้าย บริษัทจะไม่โต้แย้งหรือคัดค้านความไม่สมบูรณ์ของสัญญาประกันภัยนี้ เว้นแต่การขาดชำระเบี้ยประกันภัย หรือผู้เอาประกันภัยมิได้มีส่วนได้ส่วนเสียในเหตุที่ประกันภัยนั้น

9.2.3 การแถลงอายุคลาดเคลื่อน

ถ้าผู้เอาประกันภัยได้แถลงอายุไว้ต่อบริษัทคลาดเคลื่อนไม่ตรงตามความเป็น เป็นเหตุให้จำนวนเงินเอาประกันภัยที่เป็นจริงแตกต่างไปจากที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ จำนวนเงินที่บริษัทจะพึงจ่ายตามกรมธรรม์นี้ จะเป็นจำนวนเงินเอาประกันภัยที่คำนวณได้ตามอายุที่แท้จริงในวันทำสัญญา

9.2.4 การชำระเบี้ยประกันภัย

เบี้ยประกันภัยจะต้องชำระเป็นรายเดือน และชำระภายในวันที่ 1 ของทุก ๆ เดือน ณ สำนักงานใหญ่ หรือสาขา ของบริษัท หรือตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือจากบริษัท ทั้งนี้ บริษัทจะออกใบเสร็จรับเงินเบี้ยประกันภัยให้ไว้เป็นหลักฐาน

9.2.5 ระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันภัย

หากผู้เอาประกันภัยมิได้ชำระเบี้ยประกันภัยเมื่อครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัย บริษัทจะผ่อนผันให้เป็นเวลา 2 เดือน นับแต่วันถึงกำหนดชำระ ในระหว่างระยะเวลาผ่อนผัน กรมธรรม์ยังคงมีผลบังคับกับผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงในช่วงระยะเวลาผ่อนผัน บริษัทจะหักเบี้ยประกันภัยที่ค้างชำระนั้นออกจากจำนวนเงินที่จ่ายตามกรมธรรม์นี้

หากผู้เอาประกันภัยมิได้ชำระเบี้ยประกันภัยตามวรรคหนึ่งจะมีผลทำให้กรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับทันทีนับแต่วันถัดจากวันสิ้นสุดระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันโดยมิต้องบอกกล่าว เว้นแต่กรมธรรม์นี้จะมีผลบังคับโดยข้อกำหนดอื่น ในกรมธรรม์นี้

9.2.6 แปลงเป็นกรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จโดยอัตโนมัติ

ในกรณีที่กรมธรรม์ยังมีผลบังคับและมีเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยแล้ว เมื่อถึงกำหนดวันสิ้นสุดระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันภัยถ้าผู้เอาประกันภัยยังมิได้ชำระเบี้ยประกันภัย บริษัทจะเปลี่ยนกรมธรรม์นี้เป็นกรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จโดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้า โดยมีระยะเวลาประกันภัยคงเดิมแต่จำนวนเงินเอาประกันภัยจะลดลงตามส่วน ตามตารางมูลค่าใช้เงินสำเร็จที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัยนี้ และถ้าในกรณีที่เปลี่ยนเป็นกรมธรรม์ประกันภัยแบบระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี ชำระเบี้ยประกันภัย 14 ปี พิเศษ เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา บริษัทจะจ่ายอีกร้อยละ 50 ของมูลค่าใช้เงินสำเร็จ

9.2.7 การต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัย

ในกรณีที่กรมธรรม์นี้ขาดอายุแล้ว และผู้เอาประกันภัยยังมิได้รับเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ผู้เอาประกันภัยอาจขอต่ออายุกรมธรรม์ได้ภายใน 5 ปี นับแต่วันที่กรมธรรม์ขาดอายุโดยดำเนินการดังนี้

9.2.7.1 ทำคำขอต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยเป็นลายลักษณ์อักษรยื่นต่อบริษัท

9.2.7.2 มีค่าแถลงของผู้เอาประกันภัย หรือมีหลักฐานเป็นที่พอใจแก่บริษัทว่า ผู้เอาประกันภัยมีสุขภาพสมบูรณ์ และอยู่ในสภาพที่บริษัทรับประกันภัยได้

9.2.7.3 ชำระเบี้ยประกันภัยที่ขาดชำระแล้วทั้งหมด โดยไม่คิดดอกเบี้ย หรือตกลงยินยอมให้บริษัทเลื่อนวันเริ่มสัญญา และวันครบกำหนดสัญญาตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ออกไปเท่ากับระยะเวลาที่ขาดชำระเบี้ยประกันภัย

9.2.7.4 ชำระหนี้สินที่เกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันภัยที่รวมทั้งดอกเบี้ย ตามอัตราที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์เกี่ยวกับการนี้ การต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้จะมีผลบังคับต่อเมื่อบริษัทได้อนุมัติแล้ว

9.2.8 การกู้ยืมเงิน

เมื่อกรมธรรม์ยังมีผลบังคับ และมีเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยเกิดขึ้นแล้ว ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิขอกู้เงินจากบริษัท โดยโอนผลประโยชน์แห่งกรมธรรม์นี้เป็นการประกันหนี้กู้ยืม จำนวนเงินที่ขอกู้ยืมได้นั้น จะต้องไม่เกินร้อยละ 80 ของเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยที่มีอยู่

ขณะนั้น หักด้วยหนี้สินใด ๆ ที่ผูกพันกรรมธรรมนี้ โดยบริษัทจะคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี หรือกว่านั้นเมื่อได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต

เมื่อใดหนี้กู้ยืมและดอกเบี้ยที่ค้างชำระมีมูลค่าเท่ากับ หรือมากกว่าเงินค่าเวนคืน กรรมธรรม์ประกันภัยของกรรมธรรม์ในขณะนั้น กรรมธรรม์จะสิ้นสุดบังคับทันที

ข้อ 9. การเวนคืนกรรมธรรม์ประกันภัย

หากมีการชำระเบี้ยประกันภัยมาจนถึงเวลาที่มีเงินค่าเวนคืนกรรมธรรม์ประกันภัย และกรรมธรรม์ยังมีผลบังคับ ผู้เอาประกันภัยย่อมมีสิทธิเลิกสัญญาได้โดยขอเวนคืนกรรมธรรม์ และรับเงินค่าเวนคืนกรรมธรรม์ประกันภัยตามจำนวนที่กำหนดไว้ในตารางมูลค่าใช้เงินสำเร็จ และมูลค่าเงินสดกับผลประโยชน์อื่น ๆ อันพึงจะได้รับ (ถ้ามี) หักด้วยจำนวนหนี้สินใด ๆ ที่ค้างชำระอยู่ (ถ้ามี)

9.2.10 การยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย กรณีทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร

เมื่อกรรมธรรม์ประกันภัยนี้มีผลบังคับอยู่ หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ๆ ถึงขนาดไม่สามารถประกอบหน้าที่การงานใด ๆ ในอาชีพประจำ หรืออาชีพอื่น ๆ ได้โดยสิ้นเชิงตลอดไป และการทุพพลภาพนั้นเกิดขึ้นต่อเนื่องเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 180 วัน นับตั้งแต่วันแรกของการเริ่มทุพพลภาพ หรือในกรณีที่บริษัทได้จ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัยตามข้อ 12.2 แล้ว ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิขอรับการยกเว้นไม่ต้องชำระเบี้ยประกันภัยตลอดไปได้ ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

9.2.10.1 บริษัทจะต้องได้รับคำบอกกล่าวถึงความทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร เป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมหลักฐานแสดงการทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวรนั้น ในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ และภายใน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ขาดการชำระเบี้ยประกันภัยครั้งแรก หากพ้นกำหนดนี้แล้ว ให้สิทธิของผู้เอาประกันภัยตามเงื่อนไขในข้อนี้ระงับสิ้นไป

9.2.10.2 เบี้ยประกันภัยงวดใด ๆ ที่ถึงกำหนดชำระแล้ว แต่ผู้เอาประกันภัยยังมิได้ชำระให้แก่บริษัท ผู้เอาประกันภัยจะต้องชำระให้แก่บริษัทจนครบถ้วนก่อน จึงจะมีสิทธิขอรับการยกเว้นไม่ชำระเบี้ยประกันภัยตามเงื่อนไขในข้อนี้ได้

9.2.10.3 ในระหว่างที่ผู้เอาประกันภัย ยังมิได้รับสิทธิยกเว้นไม่ต้องชำระเบี้ยประกันภัยตลอดไป ผู้เอาประกันภัยยังคงมีหน้าที่ต้องชำระเบี้ยประกันภัยเพื่อให้กรรมธรรม์ประกันภัยมีผลบังคับตลอดระยะเวลา

9.2.10.4 เมื่อผู้เอาประกันภัย ได้สิทธิยกเว้นการชำระเบี้ยประกันภัยแล้ว ความคุ้มครองตามข้อ 12.1 (ค) และข้อ 12.2 เป็นอันสิ้นสุดลงนับแต่วันที่ได้อำนาจ

9.2.10.5 ภายใต้บังคับ (3) เบี้ยประกันภัยงวดแรกที่ได้รับการยกเว้น จะเป็นเบี้ยประกันภัยงวดที่จะต้องชำระหลังจากวันที่ถือว่าเริ่มทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร แต่ทั้งนี้จะไม่ยกเว้นเบี้ยประกันภัย ซึ่งวันที่ถึงกำหนดชำระเกินกว่า 6 เดือน นับย้อนจากเดือนที่บริษัทได้รับคำบอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษร

9.2.11 ความคุ้มครองถึงบุตร

ถ้าสามีและภรรยาเป็นผู้เอาประกันชีวิตแบบนี้ หรือคู่สมรสฝ่ายหนึ่งทำประกันชีวิตแบบนี้และอีกฝ่ายหนึ่งทำประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมแบบอื่นไว้กับบริษัทด้วย หากกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวมีผลบังคับมาแล้วเกิน 180 วัน นับตั้งแต่วันที่ทำสัญญาตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย หรือนับตั้งแต่วันที่ต่ออายุสัญญา บริษัทจะได้ให้ความคุ้มครองถึงบุตรทุกคนอันเกิดจากสามีภรรยา ผู้เอาประกันภัยคู่นี้ หากบุตรเสียชีวิตในขณะที่มีอายุระหว่าง 5 ปีบริบูรณ์ ถึง 15 ปีบริบูรณ์ บริษัทจะจ่ายเงินให้ผู้แทนโดยชอบธรรมของบุตรที่เสียชีวิตเป็นจำนวนเท่ากับเบี้ยประกันของกรมธรรม์ประกันภัย ที่มีผลบังคับดังกล่าวข้างต้นที่สามีภรรยาทั้งสองร่วมกันชำระให้บริษัทในระยะเวลา 6 เดือน

9.2.12 ความคุ้มครองและการจ่ายเงินของบริษัท

เมื่อกรมธรรม์ประกันภัยมีผลบังคับอยู่ บริษัทจะจ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์ตามเงื่อนไขดังจะกล่าวต่อไปนี้ ทั้งนี้บริษัทมีสิทธิที่จะหักล้างหนี้สินอันเกิดจากการประกันภัย หรือการกู้ยืมเงินตามกรมธรรม์ประกันภัยที่ผู้เอาประกันภัยเป็นหนี้บริษัทอยู่ก่อนการจ่ายเงินได้

9.2.12.1 กรณีผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมหรือมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา

(ก) หากผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมภายใน 180 วัน นับตั้งแต่วันเริ่มสัญญาหรือนับตั้งแต่วันที่บริษัทรับต่ออายุสัญญาครั้งหลังสุด บริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับชำระแล้ว หรือคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับตั้งแต่การต่ออายุสัญญาครั้งหลังสุดแล้วแต่กรณีให้แก่ผู้รับประโยชน์ เว้นแต่ผู้เอาประกันภัยจะได้รับความคุ้มครองตามข้อ (ค)

(ข) หากผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมภายหลัง 180 วัน นับแต่วันเริ่มสัญญาหรือนับตั้งแต่วันที่บริษัทรับต่ออายุสัญญาครั้งหลังสุด บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนที่เอาประกันภัยไว้หรือจ่ายเงินตามมูลค่าเงินสดแล้วแต่อย่างใดจะมากกว่าให้ผู้รับประโยชน์ เว้นแต่ผู้เอาประกันภัยจะได้รับความคุ้มครองตามข้อ (ค)

(ค) หากผู้เอาประกันภัยประสบอุบัติเหตุ มีผลโดยตรงทำให้ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมทันที หรือภายใน 180 วัน นับตั้งแต่วันที่เกิดอุบัติเหตุขึ้น หรือความบาดเจ็บที่ได้รับจากอุบัติเหตุมีผลทำให้ผู้เอาประกันภัยต้องรักษาตัวติดต่อกันในโรงพยาบาลในฐานะคนไข้ใน และผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมเพราะเหตุบาดเจ็บนั้น เมื่อใดก็ตาม บริษัทจะจ่ายเงินเป็นจำนวนสามเท่าของเงินที่เอาประกันภัยไว้ให้แก่ผู้รับประโยชน์

(ง) หากผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมในระหว่างเวลาที่ได้รับสิทธิยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัยต่อไปตามเงื่อนไขข้อ 10 บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนเงินที่เอาประกันภัยไว้ หรือจ่ายเงินตามมูลค่าเงินสด แล้วแต่อย่างใดจะมากกว่าให้แก่ผู้รับประโยชน์

(จ) ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนถึงครบกำหนดสัญญา ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัยบริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนที่เอาประกันภัยไว้ พร้อมด้วยเงินสมนาคุณตามเงื่อนไขข้อ 17 ให้แก่ผู้เอาประกันภัย เว้นแต่การประกันภัยแบบระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี

ชำระเบี้ยประกันภัย 14 ปี พิเศษ บริษัทจะจ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัยเป็นจำนวนร้อยละ 150 ของจำนวนเงินที่เอาประกันภัยไว้

หนึ่งในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำประกันภัยไว้กับบริษัทหลายกรมธรรม์ และผู้เอาประกันภัย ได้แจ้งให้บริษัททราบถึงการทำประกันภัยไว้กับบริษัททุกกรมธรรม์ประกันภัยที่มีอยู่ และบริษัทตกลงรับประกันภัยทุกกรมธรรม์ หากผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมก่อนวันครบกำหนดสัญญา บริษัทจะจ่ายเงินตามเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์ประกันภัยทุกกรมธรรม์ที่มีผลบังคับอยู่ ให้แก่ผู้รับประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในแต่ละกรมธรรม์ประกันภัย

เว้นแต่ ผู้เอาประกันภัยได้ปกปิดไม่แจ้งให้บริษัททราบถึงการทำประกันภัยหลายกรมธรรม์ บริษัทจะจ่ายเงินตามกรมธรรม์ประกันภัยที่มีผลบังคับอยู่ รวมกันไม่เกิน 200,000 บาท (สองแสนบาทถ้วน) ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมก่อนสัญญาครบกำหนด หรือรวมกันไม่เกิน 600,000 บาท (หกแสนบาทถ้วน) ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมโดยประสูติเหตุ โดยบริษัทจะจ่ายเรียงตามลำดับกรมธรรม์ประกันภัยที่รับประกันภัยก่อน - หลัง เป็นหลักสำหรับจำนวนส่วนที่เกินกว่าเงินที่บริษัทจ่ายไว้ในแต่ละกรณีนั้น บริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยให้ตามอัตราส่วน

9.2.12.2 กรณีผู้เอาประกันภัยสูญเสียอวัยวะเนื่องจากการประสบอุบัติเหตุ

หากผู้เอาประกันภัย ประสบอุบัติเหตุมีผลโดยตรงทำให้ผู้เอาประกันภัยสูญเสียอวัยวะ ดังจะกล่าวต่อไปนี้ ภายใน 180 วัน นับตั้งแต่วันที่เกิดอุบัติเหตุขึ้น บริษัทจะจ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัย ในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

(ก) ผู้เอาประกันภัยสูญเสีย สายตา หรือมือ หรือเท้า ทั้งสองข้าง หรืออย่างใดอย่างหนึ่งเพียงข้างเดียว รวมกันสองข้างขึ้นไป บริษัทจะจ่ายเงินเป็นจำนวนสองเท่าของจำนวนเงินที่เอาประกันภัยไว้

(ข) ผู้เอาประกันภัยสูญเสียสายตา หรือมือ หรือเท้า อย่างใดอย่างหนึ่งเพียงข้างเดียว บริษัทจะจ่ายเงินเป็นจำนวนเท่ากับจำนวนเงินที่เอาประกันภัยไว้

เมื่อบริษัทได้จ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัยในกรณีใดกรณีหนึ่งดังกล่าวแล้ว ความคุ้มครองตามเงื่อนไขข้อ 12.2 นี้ และข้อ 12.1 (ค) เป็นอันสิ้นสุดลง แต่ทั้งนี้ไม่เป็นการตัดสิทธิของผู้เอาประกันภัย หรือของผู้รับประโยชน์ที่จะได้รับเงินจากบริษัทในกรณีอื่น ตามเงื่อนไขข้อ 12.1 (ก), (ข), (ง) หรือ(จ) แล้วแต่กรณี

หนึ่ง ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำประกันภัยแบบนี้ไว้กับบริษัทหลายกรมธรรม์ และผู้เอาประกันภัยได้แจ้งให้บริษัททราบถึงการทำประกันภัยไว้กับบริษัททุกกรมธรรม์ประกันภัยที่มีอยู่ และบริษัทตกลงรับประกันภัยทุกกรมธรรม์ที่มีผลบังคับอยู่ ให้แก่ผู้เอาประกันภัย

เว้นแต่ ผู้เอาประกันภัยได้ปกปิดไม่แจ้งให้บริษัททราบถึงการทำประกันภัยไว้หลายกรมธรรม์บริษัทจะจ่ายเงินตามกรมธรรม์ประกันภัยที่มีผลบังคับอยู่ รวมกันไม่เกิน 400,000 บาท (สี่แสนบาทถ้วน) ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยสูญเสียอวัยวะ ตามเงื่อนไขข้อ 12.2 (ก) หรือรวมกันไม่เกิน 200,000 บาท (สองแสนบาทถ้วน) ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยสูญเสียอวัยวะ ตามเงื่อนไขข้อ

12.2 (ข) แล้วแต่กรณีโดยบริษัทจะจ่ายเรียงตามลำดับกรรมธรรม์ประกันภัยที่รับประกันภัยก่อน - หลังเป็นหลักและเมื่อบริษัทได้จ่ายเงินดังกล่าวแล้วให้กรรมธรรม์ประกันภัยที่มีผลบังคับอยู่เหล่านั้นคงมีผลคุ้มครองต่อไป โดยกรรมธรรม์ประกันภัยที่มีการจ่ายเงินเต็มความคุ้มครอง ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิขอรับการยกเว้นไม่ชำระเบี้ยประกันภัยตลอดไป ตามเงื่อนไขแห่งกรรมธรรม์ประกันภัย สำหรับกรรมธรรม์ประกันภัยที่ไม่มีการจ่ายเงิน ผู้เอาประกันภัยยังคงมีความผูกพันที่จะต้องชำระเบี้ยประกันภัยให้แก่บริษัทต่อไป และความคุ้มครองตามเงื่อนไขในข้อ 12.2 นี้ และข้อ 12.1 (ค) เป็นอันสิ้นสุดลง

9.2.12.3 คำนิยาม

“อุบัติเหตุ” หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันจากปัจจัยภายนอกเป็นผลทำให้ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรม หรือสูญเสียอวัยวะ หรือบาดเจ็บ ทั้งนี้โดยมิใช่เจตนาหรือมุ่งหวังของผู้เอาประกันภัย

“การสูญเสียสาตา” หมายถึง ตาบอดสนิทและไม่มีทางรักษาให้หายได้ตลอดไป

“การสูญเสียมือหรือเท้า” หมายถึง การสูญเสียอวัยวะโดยการตัดออกตั้งแต่ ข้อมือหรือข้อเท้า หรือการสูญเสียสมรรถภาพการใช้งานของอวัยวะนั้นโดยสิ้นเชิงถาวร

9.2.13 การฆ่าตัวตาย หรือถูกฆาตกรรม

บริษัทจะไม่จ่ายเงินตามกรรมธรรม์ เมื่อปรากฏว่า

(ก) ผู้เอาประกันภัยฆ่าตัวตาย (กระทำอัตวินิบาต) ด้วยใจสมัครภายในหนึ่งปี นับแต่วันทำสัญญา หรือวันต่ออายุสัญญาประกันภัยครั้งหลังสุด ความรับผิดชอบของบริษัทจะมีเพียงคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้ชำระให้แก่บริษัท หรือคืนเบี้ยประกันภัยตั้งแต่เดือนที่ต่ออายุสัญญาครั้งหลังสุด

(ข) ถ้าผู้เอาประกันภัยถูกผู้รับประโยชน์ฆ่าตายโดยเจตนา ความรับผิดชอบของบริษัทจะมีเพียงคืนเงินจามจำนวนเท่ากับมูลค่าเงินสด ให้แก่ผู้เอาประกันหรือทายาทของผู้เอาประกันภัย

ในกรณีที่กรรมธรรม์ยังไม่มีมูลค่าเงินสด บริษัทจะอนุมัติคืนเบี้ยประกันภัยเช่นเดียวกับข้อ 13 (ก)

ในกรณีที่ผู้รับประโยชน์มากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป หากผู้รับประโยชน์คนใดไม่มีส่วนร่วมในการฆ่าผู้เอาประกันภัยโดยเจตนา บริษัทจะจ่ายเงินจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ที่ไม่มีส่วนร่วมในการฆ่าผู้เอาประกันภัย ตามส่วนเมื่อหักส่วนของผู้ที่ฆ่าผู้เอาประกันภัยออก โดยบริษัทจะไม่คืนเบี้ยประกันภัยส่วนนี้ทั้งหมด

9.2.14 ข้อยกเว้น

(ก) กรรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ไม่คุ้มครองการเสียชีวิต ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากสาเหตุต่อไปนี้

(1) สงครามไม่ว่าจะประกาศหรือไม่ก็ตาม

(2) ผู้เอาประกันภัยมีส่วนร่วมในสงครามกลางเมือง การกบฏ การปฏิวัติ หรือรัฐประหาร การจลาจล

ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมเนื่องจากสาเหตุข้างต้น บริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับชำระมาแล้วให้แก่ผู้รับประโยชน์เท่านั้น

(ข) การถึงแก่กรรม หรือการสูญเสียอวัยวะจากสาเหตุดังต่อไปนี้ ไม่ถือเป็นการประสบอุบัติเหตุตามข้อ 12.1 (ค) และข้อ 12.2 โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงสาเหตุแห่งการเกิดภัยนั้นคือ

(1) การมีครรภ์ หรือการให้กำเนิดเด็ก

(2) การได้รับเชื้อโรค หรือภาวะอันเกิดจากการติดเชื้อ เว้นแต่การติดเชื้อโรคมีหนองซึ่งเกิดขึ้นจากบาดแผลที่ได้รับจากอุบัติเหตุ

(3) การถูกสัตว์ทำร้ายเนื่องจากการล่าสัตว์ในป่า

(4) การจมน้ำที่มีไขเนื่องจากการโดยสาร และหรือเป็นผู้ควบคุมนำพา ยานพาหนะทางน้ำ

(5) การถูกทำร้าย การถูกฆาตกรรม การพยายามฆ่าตัวตาย การทำร้ายร่างกายตนเอง หรือถูกวัตถุระเบิด

(6) การทำการหรือช่วยในการแข่งขันใด ๆ

(7) เหตุการณ์อันเนื่องมาจากสงครามที่ประกาศ หรือไม่ประกาศ การจลาจล การกระทำของศัตรูต่างชาติ สงครามกลางเมือง การกบฏ การปฏิวัติ หรือรัฐประหาร การนัดหยุดงาน การที่ประชาชนก่อความวุ่นวายถึงขนาดลุกฮือต่อต้านรัฐบาล

(8) เสพหรือถูกย้อมด้วยยาเสพติดให้โทษร้ายแรงหรือฤทธิ์สุรายาเมาใด ๆ จนไม่สามารถครองสติได้

(9) ขณะขึ้นหรือลง หรือขณะโดยสารอยู่ในอากาศยานที่มีได้จดทะเบียนเพื่อบรรทุกผู้โดยสาร และมีได้ประกอบการโดยสารการบินพาณิชย์ หรือขณะขับขี หรือเป็นพนักงานประจำในอากาศยานใด ๆ

(10) การรักษาทางเวชกรรมหรือศัลยกรรม เว้นแต่ที่จำเป็นจะต้องกระทำเนื่องจากได้รับบาดเจ็บ ซึ่งได้รับความคุ้มครองตามสัญญาฉบับนี้ และได้กระทำภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา

(11) ขณะที่ผู้เอาประกันภัยเข้าร่วมการทะเลาะวิวาท หรือมีส่วนช่วยทำให้เกิดการทะเลาะวิวาท

(12) ขณะที่ผู้เอาประกันภัยกระทำการใด ๆ อันถูกบัญญัติเป็นความผิดตามกฎหมายโดยเจตนา หรือขณะถูกจับกุมโดยเจ้าหน้าที่เพราะการกระทำนั้น

(13) ขณะที่ผู้เอาประกันภัยปฏิบัติหน้าที่ในการสงคราม หรือปราบปราม

(14) อาวุธนิวเคลียร์การแผ่รังสีหรือกัมมันตภาพรังสีจากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ ซึ่งดำเนินการติดต่อกันไปโดยตัวเอง

9.2.15 การเปลี่ยนตัวผู้รับประกันภัย

ผู้เอาประกันภัยจะเปลี่ยนตัวผู้รับประกันภัยได้ เว้นแต่จะได้ส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยให้ผู้รับประกันภัยไปแล้ว ผู้รับประกันภัยได้ออกกล่าวเป็นหนังสือไปยังบริษัทแล้วว่าตนจำนองจะถือเอาประกันภัยแห่งสัญญานั้น

ในกรณีผู้รับประกันภัยคนใหม่เป็น บิดา สามี ภริยา หรือบุตรของผู้เอาประกันภัย การเปลี่ยนตัวผู้รับประกันภัยจะมีผลบังคับนับแต่วันที่ผู้เอาประกันภัยแสดงเจตนา โดยแจ้งให้บริษัททราบเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อบริษัทจะทำการปรับการเปลี่ยนแปลงในกรมธรรม์ หรือออกไปสลักหลังกรมธรรม์ให้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทจะไม่รับผิดชอบถ้าได้จ่ายจำนวนเงินอันพึงชดใช้ตามสัญญาประกันภัยให้กับผู้รับประกันภัยคนเดิมไปโดยไม่ทราบถึงการเปลี่ยนตัวผู้รับประกันภัย

ในกรณีผู้รับประกันภัยคนใหม่มิใช่ บิดา มารดา สามี ภริยา หรือบุตรของผู้เอาประกันภัย การเปลี่ยนตัวผู้รับประกันภัยจะมีผลบังคับ ณ วันที่ได้รับความเห็นชอบจากบริษัทแล้ว เพื่อบริษัทจะได้ทำการบันทึกเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกรมธรรม์หรือออกไปสลักหลังให้

9.2.16 การแจ้งการตายและการพิสูจน์ตาย

ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลง ผู้รับประกันภัยจะต้องแจ้งให้บริษัททราบโดยเร็ว ภายใน 14 วัน นับแต่วันเสียชีวิต เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนไม่ทราบถึงความตายของผู้เอาประกันภัย หรือไม่ทราบว่ามี การประกันภัย ในกรณีเช่นนี้จะต้องแจ้งให้บริษัททราบภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ทราบถึงความตายหรือวันที่ทราบว่ามีการประกันภัย

ผู้รับประกันภัยจะต้องส่งมอบหลักฐานทางราชการ ซึ่งแสดงว่าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตให้แก่บริษัท และถ้าบริษัทร้องขอผู้รับประกันภัยจะต้องจัดหาเอกสารหลักฐานเพิ่มให้แก่บริษัท โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับประกันภัยเอง

ฝ่ายผู้เอาประกันภัยจะต้องยินยอม และให้ความร่วมมือในการพิสูจน์ศพผู้เอาประกันภัย เมื่อบริษัทเห็นว่ามีความจำเป็นและไม่ขัดต่อกฎหมาย

บริษัทจะรับผิดชอบตามกรมธรรม์นี้ต่อเมื่อผู้รับประกันภัยหรือฝ่ายผู้เอาประกันภัยปฏิบัติตามความในวรรคก่อน ๆ เรียบร้อยแล้ว

9.2.17 เงินสมนาคุณ

เมื่อกรมธรรม์ประกันภัยนี้ยังมีผลบังคับอยู่ บริษัทจะจ่ายเงินสมนาคุณให้ตามจำนวน และวิธีการที่บริษัทกำหนดไว้แต่เป็นการประกันภัยแบบระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี ชำระเบี้ยประกันภัย 14 ปี พิเศษ ดังนี้

9.2.17.1 การประกันภัยแบบระยะเวลาเอาประกันภัย 12 ปี ชำระเบี้ยประกันภัย 9 ปี หากผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนถึงวันครบรอบทุก ๆ 4 ปี นับจากวันเริ่มสัญญาประกันภัย

9.2.17.2 การประกันภัยแบบระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี ชำระเบี้ยประกันภัย 10 ปี หากผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนถึงวันครบรอบทุก ๆ 5 ปี นับจากวันเริ่มสัญญาประกันภัย

9.2.18 เงินค้างจ่ายตามกรรมธรรม์ประกันภัย

เมื่อกรรมธรรม์ประกันภัยครบกำหนดจ่ายเงินสมนาคุณ เงินจ่ายคืนรายงวด เงินครบกำหนดสัญญา หรือเมื่อผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรมในระหว่างที่กรรมธรรม์ประกันภัยมีผลบังคับอยู่ หากผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามกรรมธรรม์ยังไม่ได้มารับเงินที่มีสิทธิได้รับตามกรรมธรรม์ภายในกำหนดระยะเวลา 3 เดือน นับแต่วันที่กรรมธรรม์ประกันภัยครบกำหนด หรือวันที่ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรม บริษัทจะจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินดังกล่าวทั้งหมดในอัตราที่บริษัทกำหนด แต่ทั้งนี้ไม่ต่ำกว่าอัตราร้อยละ 6 ต่อปี โดยจะคิดดอกเบี้ยให้ตั้งแต่วันที่กรรมธรรม์ครบกำหนด หรือผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตแล้วแต่กรณี (มุกดา ไควหกุล. 2537 : 100 – 105)

9.3 เอกสิทธิ์

9.3.1 ระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันภัย

หากผู้เอาประกันภัยมิได้ชำระเบี้ยประกันภัยเมื่อครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัย บริษัทจะผ่อนผันให้เป็นเวลาหกสิบวัน นับตั้งแต่วันที่ครบกำหนดชำระนั้น ระหว่างระยะเวลาผ่อนผันกรรมธรรม์ยังคงมีผลบังคับอยู่ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงในระยะเวลาผ่อนผัน บริษัทจะหักเบี้ยประกันภัยที่ค้างชำระ ในรอบปีกรรมธรรม์นั้นออกจากจำนวนเงินซึ่งบริษัทจะชดใช้ตามกรรมธรรม์นี้

9.3.2 การขอต่ออายุกรรมธรรม์

ในกรณีที่กรรมธรรม์นี้ขาดอายุแล้ว และผู้เอาประกันภัยยังมิได้รับเงินค่าเวนคืนกรรมธรรม์ผู้เอาประกันภัยอาจขอต่ออายุกรรมธรรม์ได้ภายในห้าปี นับแต่วันที่กรรมธรรม์ขาดอายุ ดังนี้

ก. ทำคำขอต่ออายุกรรมธรรม์เป็นลายลักษณ์อักษรต่อบริษัท

ข. ชำระเบี้ยประกันภัยที่ขาดชำระแล้วทั้งหมดพร้อมทั้งดอกเบี้ยในอัตราร้อยละแปดต่อปี หรือกว่านั้นเมื่อได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต

ค. ชำระหนี้ที่เกี่ยวกับกรรมธรรม์นี้ รวมทั้งดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดไว้ในกรรมธรรม์เกี่ยวกับการนี้

ง. ผู้เอาประกันภัยแสดงหลักฐานแก่บริษัทว่ามีสุขภาพสมบูรณ์ และอยู่ในสภาพที่บริษัทรับประกันได้ การต่ออายุกรรมธรรม์นี้จะมีผลบังคับต่อเมื่อบริษัทได้อนุมัติแล้ว

9.3.3 การเลิกสัญญาประกันภัย

หากมีการชำระเบี้ยประกันภัยมาจนถึงเวลาที่มีเงินค่าเวนคืนและกรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่ ผู้เอาประกันภัยย่อมมีสิทธิจะเลิกสัญญาได้โดยขอเวนคืนกรรมธรรม์และรับเงินค่าเวนคืนกรรมธรรม์ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในตารางมูลค่ากรรมธรรม์กับผลประโยชน์อื่นๆ อันถึงจะได้รับ (ถ้ามี) หักด้วยจำนวนหนี้สินใด ๆ ที่ค้างชำระอยู่ (ถ้ามี)

9.3.4 การขอเปลี่ยนเป็นกรรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จ

หากมีการชำระเบี้ยประกันภัยมาจนถึงเวลาที่มีเงินค่าเวนคืนและกรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่ ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิจะขอเปลี่ยนกรรมธรรม์นั้นเป็นกรรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จ ซึ่งมีระยะเวลาเอาประกันภัยเป็นไปตามกรรมธรรม์นี้แต่จำนวนเงินเอาประกันภัยจะลดลงเหลือเท่ากับมูลค่าใช้เงินสำเร็จ

ตามที่กำหนดไว้ในตารางมูลค่ากรรมธรรม์ โดยผู้เอาประกันภัยไม่ต้องชำระเบี้ยประกันภัยต่อไป และบริษัทจะจ่ายเงินจำนวนนี้ให้เมื่อครบกำหนดระยะเวลาเอาประกันภัย หรือเมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตแต่ผู้เอาประกันภัยไม่มีสิทธิได้รับเงินสมนาคุณ ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีหนี้สินตามกรรมธรรม์นี้ บริษัทจะหักหนี้สินออกจากเงินค่าเวนคืนก่อนที่จะนำมาคำนวณมูลค่าใช้เงินสำเร็จก็ได้

9.3.5 การเปลี่ยนเป็นการประกันภัยแบบขยายเวลา

หากมีการชำระเบี้ยประกันภัยมาจนถึงเวลาที่มีเงินค่าเวนคืนและกรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่ ผู้เอาประกันภัยมีสิทธิจะขอเปลี่ยนกรรมธรรม์เป็นการประกันภัยแบบขยายเวลา ซึ่งจำนวนเงินเอาประกันภัยจะคงเดิมตามกรรมธรรม์นี้ แต่ระยะเวลาประกันภัยจะเปลี่ยนไปตามที่กำหนดไว้ในตารางการขยายระยะเวลาประกันภัย ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระหว่างระยะเวลาดังกล่าว บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาที่ขยายกรรมธรรม์เป็นอันสิ้นสุดผลบังคับโดยไม่มีมูลค่าใด ๆ

ในกรณีที่สามารถขยายระยะเวลาได้จนครบกำหนดระยะเวลาประกันภัยเดิม และผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนถึงวันครบกำหนด หากยังมีเงินเหลืออยู่ตามตารางการขยายระยะเวลาประกันภัยแล้ว บริษัทจะคืนเงินดังกล่าวให้ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีหนี้สินตามกรรมธรรม์ จำนวนเงินเอาประกันภัยจะลดลงตามจำนวนหนี้สินที่มีอยู่ โดยบริษัทจะหักหนี้สินออกจากเงินค่าเวนคืนก่อนนำมาคำนวณการขยายระยะเวลาประกันภัย

9.3.6 การชำระเบี้ยประกันภัยโดยอัตโนมัติ

ในกรณีที่กรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่ และมีเงินค่าเวนคืนแล้ว เมื่อถึงกำหนดวันสิ้นสุดระยะเวลาผ่อนผันชำระเบี้ยประกันภัยถ้าผู้เอาประกันภัยยังมิได้ชำระเบี้ยประกันภัย และมีได้ใช้สิทธิ์เลือกวิธีใดวิธีหนึ่งในข้อ 4 หรือข้อ 5 เพื่อให้กรรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ต่อไป บริษัทจะนำเงินค่าเวนคืนที่มีอยู่ในขณะนั้นหักหนี้สินตามกรรมธรรม์(ถ้ามี) ชำระเบี้ยประกันภัยแทนให้ในลักษณะของการกู้ยืมชำระเบี้ยประกันภัยโดยอัตโนมัติ โดยบริษัทจะคิดดอกเบี้ยในอัตราไม่เกินร้อยละ 8 ต่อปีหรือกว่านั้น เมื่อได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต

ในกรณีที่เงินค่าเวนคืนมีไม่เพียงพอที่ชำระเบี้ยประกันภัยตามงวดที่กำหนด แต่เพียงพอสำหรับการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นราย 3 เดือน ให้ทำการเปลี่ยนวิธีการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นราย 3 เดือน หากเงินค่าเวนคืนในวันใดที่ถึงกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยมีไม่เพียงพอสำหรับการชำระเป็นราย 3 เดือน บริษัทจะแปลงกรรมธรรม์นี้เป็นแบบการขยายเวลาประกันภัยตามข้อกำหนดแห่งกรรมธรรม์โดยอัตโนมัติ

9.3.7 การกู้ยืมเงิน

เมื่อกรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่และมีเงินค่าเวนคืนเกิดขึ้นแล้ว ถ้าผู้เอาประกันภัยยังมิได้ใช้สิทธิ์เลือกวิธีใดวิธีหนึ่งในข้อ 4 หรือข้อ 5 ผู้เอาประกันภัย มีสิทธิขอกู้เงินจากบริษัทโดยโอนผลประโยชน์แห่งกรรมธรรม์นี้ เป็นการประกันหนี้กู้ยืมจำนวนเงินที่ขอกู้ยืมได้นั้นจะไม่เกินเงินค่าเวนคืนที่มีอยู่ในขณะนั้นหักด้วยหนี้สินใด ๆ ที่ผูกพันกรรมธรรม์นี้ โดยให้กู้ได้ถึงร้อยละ เก้าสิบ ของเงินค่าเวนคืน และหักด้วยดอกเบี้ยที่คิดไว้ล่วงหน้าไม่เกิน 1 ปี โดยบริษัทจะคิดดอกเบี้ยในอัตราไม่

เกินร้อยละ 8 ต่อปี หรือกว่านั้น เมื่อได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต นั่นที่เกิดจากการกู้ยืมพร้อมทั้งดอกเบี้ย ให้ถือเป็นหนี้สินที่จะต้องนำไปหักจากจำนวนเงินอันบริษัทจะพึงต้องจ่ายตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัย

เมื่อใดหนี้กู้ยืม และดอกเบี้ยที่ค้างชำระมีมูลค่ามากกว่าเงินค่าเวนคืนของกรมธรรม์ในขณะนั้น กรมธรรม์จะสิ้นผลบังคับทันที (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2522 : 284 – 285)

10 เทคนิคเลือกซื้อกรมธรรม์

การทำประกันชีวิต นับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของการลงทุนที่น่าสนใจเพราะเป็นสถาบันระดมเงินออมที่มีข้อได้เปรียบมากกว่าสถาบันการเงินอื่น เนื่องจากผู้เอาประกันภัยจะได้รับทั้งความคุ้มครองและการออมทรัพย์ในเวลาเดียวกัน โดยที่อัตราความเสี่ยงในเรื่องเงินต้นหายนั้นแทบจะไม่มี และผลตอบแทนก็ค่อนข้างคงที่ในระดับสูง

ขณะเดียวกัน หากบริษัทมีผลประกอบการดีโอกาสที่ผู้เอาประกันจะได้รับเงินปันผลและรับดอกเบี้ยทบต้น กรณีคงเงินของผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ไว้กับบริษัทก็มีมากขึ้น นอกจากนั้นผู้เอาประกันยังจะได้รับความคุ้มครองเต็มวงเงินทันทีที่ฝาก และได้รับการยกเว้นภาษีผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ และลดหย่อนภาษีของการชำระเบี้ยประกันภัย ทั้งนี้การพิจารณาซื้อกรมธรรม์มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. บริษัท ควรเลือกซื้อกับบริษัทที่มีความมั่นคง มีระบบบริหารบุคลากรการดำเนินงาน การจัดการ และมีผลประกอบการที่ดีมีกำไร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทจะสามารถจ่ายผลประโยชน์เงินปันผล และเงินครบกำหนดสัญญาตามสัญญากรมธรรม์ได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด

2. แบบประกัน ในแต่ละบริษัทจะมีแบบประกันให้เลือกหลากหลาย และจะต้องศึกษาว่าเรามีความต้องการแบบไหนเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งอาจจะทราบจากการไปนำเสนอของตัวแทนควรจะต้องศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อจะได้เปรียบเทียบสินค้าหลาย ๆ อย่าง (รวมทั้งสัญญาเพิ่มเติมต่าง ๆ เช่น ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ ประกันโรคร้ายแรง และการประกันการทุพพลภาพ) แบบประกันสามารถสรุปได้ 3 ประเภท ได้แก่

- 2.1 การประกันแบบตลอดชีพ

- 2.2 การประกันแบบสะสมทรัพย์

- 2.3 การประกันแบบชั่วระยะเวลา

3. ตัวแทนประกัน การซื้อประกันชีวิตไม่เหมือนกับการซื้อสินค้าประเภทอื่น จะต้องมีความรู้ตัวแทนมาแนะนำขยาย และอธิบายแบบประกันและผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิตเพื่อเป็นสื่อกลาง ระหว่างผู้เอาประกัน คือ ลูกค้าย กับผู้รับประกัน คือ บริษัทและตัวแทนจะมีหน้าที่บริการดูแลผลประโยชน์ของลูกค้า นับว่าตัวแทนมีความสำคัญพอสมควร

ลักษณะของตัวแทนที่ดี มีดังนี้

1. เป็นตัวแทนมืออาชีพ จะต้องทำอาชีพตัวแทนอย่างจริงจัง ทำงานเต็มเวลา พร้อมที่จะให้คำแนะนำหรือบริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องไม่ใช่ตัวแทนเฉพาะกิจชั่วคราวที่ทำ ๆ แล้วก็ออกจากอาชีพไปปล่อยให้กรรมธรรม์ของลูกค้าขาดการดูแลจนกลายเป็นกรรมธรรม์กำพัว ซึ่งในธุรกิจประกันชีวิตมีตัวแทนประเภทนี้อยู่มากพอสมควร ฉะนั้นการทำประกันควรจะต้องมีการพิจารณาและไม่ตัดสินใจทำเพราะเหตุผลต่อไปนี้

- อยากช่วยเหลือตัวแทน
- โดนบังคับจากผู้มีอิทธิพลหรือผู้ที่มีบารมีเหนือกว่า หรือเกรงใจ
- มีธุรกิจแลกเปลี่ยนกัน
- ตัดความรำคาญ

ฉะนั้น การทำประกันชีวิตควรมีเหตุแห่งการตัดสินใจดังต่อไปนี้

- เข้าใจและเห็นประโยชน์จากการทำประกันชีวิต
- ห่วงคู่สมรสและบุตรจะลำบากเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด
- ตัดความกังวลในอนาคตของผู้ที่อยู่ข้างหลัง
- ต้องการทดแทนบุญคุณบิดา มารดา
- เชื่อมั่นในสินค้า บริษัท และตัวแทน
- ต้องการเก็บออมเงินแบบมีระบบบวกกับมีประกันชีวิตและสวัสดิการอื่น

2. ต้องมีความรู้ในเรื่องการประกันชีวิตและสัญญาเพิ่มเติมอย่างที่สามารถอธิบายสินค้าประกันชีวิตแต่ละแบบให้ผู้เอาประกันได้เข้าใจอย่างถูกต้องชัดเจน ไม่ยกเมฆสินค้าเกินความจริงของในสัญญาของกรรมธรรม์แต่ละฉบับ

3. ต้องเป็นตัวแทนที่ซื่อสัตย์ มีประวัติทางการเงินที่ดี ตัวแทนที่ไม่ซื่อสัตย์ จะทำความเสียหายให้กับลูกค้าบริษัทมากมาย ควรหลีกเลี่ยงตัวแทนประเภทนี้อย่างเด็ดขาด

4. มีความขยัน อดทน มุ่งมั่นในการทำงาน และการบริการอย่างต่อเนื่องสามารถดูได้จากลูกค้าเก่า หรือประวัติการทำงานจากต้นสังกัดหรือบริษัท ตลอดจนคนที่อยู่ในวงการเดียวกัน (การเงินธนาคาร. 2545 : 55 – 57)

ถ้ามันเป็นวิถีทางที่ข้าพเจ้าทำได้ข้าพเจ้าจะเขียนคำว่า “ประกัน” ไว้ที่ประตูทุกบาน หรือหนังสือคำจารึกของสาธารณชนทุกท่าน เพราะข้าพเจ้าเชื่อว่าทุกคนรอบครัวสามารถปลอดภัยจากหายนะทั้งปวง หากจะได้มีการสละบางส่วนอันเล็กน้อย หากไม่พวกเขาก็อาจจะประสบภัยหายนะนั้นไปตลอดกาล (วินสตัน เชอร์ชิล) (วันชัย เกิดโภคทรัพย์. 2535 : 13)

11. การตลาดทางตรง

การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หรือ (Direct Response Marketing) คือ การสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองในทันที (Armstrong and Kotler.2003 : G-2) หรือ การตลาดที่มีการใช้สื่อโฆษณามากกว่า 1 สื่อ เพื่อให้เกิดการตอบสนอง

หรือการซื้อขาย (Semenik. 2002 : 558) หรือ การตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคในการซื้อสินค้าโดยการ
ใช้สื่อหลาย ๆ สื่อ (Burnett and Moriarty. 1998 : G-6) หรือ ระบบการตลาดที่มีปฏิสัมพันธ์กันโดย
การใช้สื่อโฆษณา 1 สื่อ หรือมากกว่าเพื่อวัดการตอบสนอง และ/หรือ การซื้อขายในทุกแห่ง (Kotler.
2000 : 650)

การตลาดทางตรงนั้นมีวิธีการเข้าพบลูกค้าที่มุ่งหวังหรือผู้บริโภคด้วยวิธีการต่าง ๆ 7 วิธี
ดังนี้

- 11.1 การขายแบบเผชิญหน้า (Fact to Face Selling)
- 11.2 จดหมายขายตรง (Direct Mail)
- 11.3 รายการสินค้าขายตรง (Catalog Marketing)
- 11.4 โทรศัพท์ขายตรง (Telemarketing)
- 11.5 โทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ (TV and Other Direct – Response Media)
- 11.6 เครื่องรับคำสั่งซื้อ (Kiosk Marketing)
- 11.7 การตลาดเชื่อมต่อตรง (On – Line Marketing)

11.1 การขายแบบเผชิญหน้า (Fact to Face Selling) เป็นวิธีการที่เก่าแก่ที่สุดในวิธีการ
ขายตรงทุกประเภทในปัจจุบันนี้บริษัทต่าง ๆ ใช้หน่วยงานขายเข้าไปพบลูกค้าที่มุ่งหวังเพื่อต้องการ
พัฒนาให้เป็นลูกค้าและเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจเติบโตหรือบริษัทจ้างตัวแทนของผู้ผลิตหรือนายหน้า
ในการขายสินค้าทางตรง มีหลายบริษัทใช้วิธีการทำการตลาดทางตรงเช่นนี้ได้แก่ นายหน้าขาย
ประกัน นายหน้าขายหุ้น ผู้จัดการจำหน่ายตรงในองค์กร เช่น เวนอน แอมเวย์ แมรี่ เคย์ ท็อปเปอร์ แวร์
(Kotler. 2000 : 656)

11.2 จดหมายขายตรง (Direct Mail) เป็นการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการส่งข้อเสนอ การ
ประกาศ การเตือนความจำ หรืออื่น ๆ ที่จะกระทำต่อบุคคลที่ได้รับการคัดสรรแล้ว โดยปกติแล้ว
นักการตลาดจะส่งสิ่งพิมพ์เป็นล้านฉบับต่อปี เช่น จดหมาย แผ่นพับ โบว์ชัวร์ วีดีโอ เทป ซีดี เทป
เพลง และอื่น ๆ ไปยังกลุ่มลูกค้า จดหมายขายตรงเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมปานกลางและถูกจำกัด
ด้วยกลุ่มของลูกค้าที่ต้องได้รับการคัดสรรอย่างดีและมีจำนวนจำกัด เป็นวิธีการที่สามารถเข้าถึง
บุคคลได้ดี มีความยืดหยุ่น มีการทดสอบก่อนและวัดการตอบสนอง ถึงแม้ว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายใน
การเข้าถึงลูกค้าต่อพันคนนั้นจะสูงกว่าการใช้สื่อมวลชน แต่เป็นที่น่าแปลกในเรื่องการตอบกลับหรือ
การเข้าถึงนั้นมีมากกว่ากลุ่มผู้มุ่งหวัง (Kotler. 2000 : 656)

11.3 รายการสินค้าขายตรง (Catalog Marketing) เกิดขึ้นเมื่อบริษัทส่งสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์ 1 สิ่งหรือมากกว่าไปยังผู้มุ่งหวัง โดยปกติสามารถส่งแคตตาล็อก หรือรายการสินค้าเต็ม
รูปแบบ หรือรายการสินค้าเพื่อลูกค้าเฉพาะเจาะจง หรือรายการสินค้าทางธุรกิจ ปกติแล้วจะส่งไป
ทั้งรูปแบบของบริษัท อาจส่งซีดี หรือวีดีโอ ไปด้วย สิ่งที่ทำให้ธุรกิจที่ดำเนินกิจการในลักษณะการ
สั่งซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อกที่ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในการจัดการ
กับรายชื่อลูกค้าอย่างระมัดระวัง เพราะอาจมีการทำซ้ำ หรือการจัดการหนี้สินที่ไม่ดี หรือการที่มี

ภาพลักษณ์พิเศษ บางบริษัทมีข้อแตกต่างในรายการสินค้าโดยให้ข้อมูลหรือรูปภาพลงไปด้วย หรือ การทำการตอบสนองอย่างรวดเร็วผ่านทางโทรศัพท์ มีการส่งของขวัญให้กับลูกค้าชั้นดี มีการบริจาค เงินรายได้ให้กับมูลนิธิ องค์การการกุศล (Kotler. 2000 : 659 - 660)

11.4 โทรศัพท์ขายตรง (Telemarketing) ใช้เพื่อดำเนินการหาลูกค้ารายใหม่หรือเป็นการ ติดต่อยังลูกค้าที่มีความพึงพอใจในสินค้า หรือเป็นการค้นหาคำสั่งซื้อ การใช้โทรศัพท์ทางตรงไป ยังลูกค้านั้นถ้าหากมีการทำงานเป็นสายงานอาจเรียกว่า เทเลเซลล์ เป็นลักษณะของการขายสินค้า และบริการผ่านทางโทรศัพท์ โทรศัพท์ขายตรงเป็นระบบอัตโนมัติเต็มรูปแบบ เพียงแค่กดปุ่มเพื่อ รับฟังข้อมูลการโฆษณาของสินค้าหรือบริการและสามารถสั่งซื้อสินค้าหรือบริการได้ โดยฝาก ข้อความไว้ การทำการตลาดทางตรงนี้เป็นวิธีที่สามารถลดต้นทุนในการใช้พนักงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกพนักงานที่คอยให้บริการที่ดี มีการฝึกอบรม การให้สิ่งจูงใจในการ ทำงาน ต้องมีน้ำเสียงที่ไพเราะ มีความกระตือรือร้น ควรเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ในการสนทนากับ ลูกค้าควรมีลักษณะเฉพาะในการพูดเพื่อเป็นมาตรฐานที่ทุกคนต้องกระทำ และเพื่อแสดงถึงความ เป็นมืออาชีพ (Kotler. 2000 : 661 - 662)

11.5 ทีวีและสื่ออื่น ๆ (TV and Other Direct – Response Media) นักการตลาด ทางตรงนั้นใช้สื่อหลักในการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคที่มีศักยภาพ นักการตลาด ทางตรงนั้นใช้โทรทัศน์เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาได้ 3 ทางดังนี้การโฆษณาที่มีผลตอบสนองโดยตรง การใช้ช่องทางในการขายสินค้าไปยังผู้บริโภคที่อยู่ทางบ้าน การมีปฏิสัมพันธ์กับการให้ข้อมูลใน ลักษณะรูปภาพ เสียง ข้อความ (Kotler. 2000 : 662)

11.6 เครื่องรับคำสั่งซื้อ (Kiosk Marketing) บริษัทได้ทำการออกแบบ “เครื่องรับคำสั่งซื้อ จากลูกค้า” หรือที่เรียกว่า คี-อ๊อต หรืออาจหมายถึง เครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ และมีการวางเครื่อง ต่าง ๆ เหล่านี้ตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้า สนามบิน (Kotler. 2000 : 662 - 663)

11.7 การตลาดเชื่อมตรง (On – Line Marketing) โดยส่วนใหญ่แล้วได้รับความนิยมใน หมู่วัยรุ่น ด้วยข้อจำกัดที่ว่าต้องมีเงิน มีเครื่องคอมพิวเตอร์ มีความรู้ มีการศึกษาดี เป็นพื้นฐาน ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตจะเป็นเพศชายมากกว่า นอกจากนั้นยังมีบุคคลที่สนใจทั่วไปเข้าไปใช้บริการด้วย วัยรุ่น จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและเพื่อสังคม แต่ในขณะที่บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปจะใช้ ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างจริงจังเพื่อการลงทุนและการหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ ในการใช้ บริการการตลาดเชื่อมตรงนั้นผู้บริโภคจะเป็นผู้ควบคุมการเข้าถึงและการควบคุมการมีปฏิริยาตอบ กลับ (Kotler. 2000 : 663 - 664)

12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิภา ชีพสวัสดิภาพ, กรอกแก้ว สุขสมบูรณ์, สุภวิธ โพธิ์ถาวร, เสาวคนธ์ ก้องขจร, ปลื้ม จิตต์ เนี่ยววงศ์ศักดิ์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อ การทำประกันชีวิต : กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติต่อ

การทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลเรื่อง อายุ และรายได้เฉลี่ย ทศนคติต่อบริษัทประกันชีวิตควรมีความน่าเชื่อถือชื่อเสียงจริงใจต่อผู้ทำประกัน ส่วนในเรื่องของตัวแทนประกันประชาชนยังมีความเห็นว่าตัวแทนส่วนใหญ่ขายประกันเพื่อต้องการค่าตอบแทนหรือค่าคอมมิชชั่น ส่วนทัศนคติต่อคุณลักษณะของกรมธรรม์และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เห็นว่า สิทธิและผลประโยชน์ของกรมธรรม์ควรครอบคลุมสิ่งที่ผู้เอาประกันคาดหวัง ในเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกรมการประกันภัยผลการวิจัยพบว่า ประชาชนยังไม่เข้าใจบทบาท และหน้าที่ของกรมการประกันภัยมากนัก มีข้อเสนอแนะให้กรมการประกันภัยเข้ามามีบทบาทในการตรวจสอบดูแลธุรกิจประกันชีวิตและควบคุมอัตราเบี้ยประกันภัยที่สมเหตุสมผล

วรุสนันท์ เจ๊ะโซ๊ะ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ถือกรมธรรม์ต่อการประกันชีวิต : กรณีศึกษาบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด สาขายะลา การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน คือ ไค-สแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ถือกรมธรรม์มีทัศนคติที่เห็นด้วยกับการประกันชีวิตในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านการเห็นประโยชน์คุณค่าของการประกันชีวิต รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท และด้านความน่าเชื่อถือของตัวแทน สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจและความต้องการความมั่นคงทางการเงินในรูปของการประกันชีวิต

ภัทรกร ดุพัสกุล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคนครหลวง 4 จำนวน 184 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และทำงานภายในสำนักงาน และมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ด้านตัวแทนลูกค้าของธนาคารเห็นว่า ตัวแทนมีบทบาทในระดับสูงในการที่จะชักชวนให้ลูกค้าทำประกันชีวิต และลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในกรมธรรม์ประกันชีวิตในระดับสูง ด้านทัศนคติของผู้ทำประกันอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านประโยชน์และความจำเป็นของการทำประกันชีวิต ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านพฤติกรรมตัวแทนขายประกันชีวิตนอกจากนั้น สถานภาพสมรส บทบาทของตัวแทน ความใกล้ชิดของตัวแทน การอธิบายการทำประกันชีวิต การบริการลูกค้า แบบกรมธรรม์ที่ลูกค้าถือและมูลเหตุจูงใจในการทำประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร

รจเรข สุวรรณเนตร (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผู้บริโภครในเขตกรุงเทพมหานคร” เกี่ยวกับแรงจูงใจ ทัศนคติ ตลอดจนปัจจัยที่สำคัญด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อประกันชีวิต อันจะเกิดประโยชน์ต่อตัวแทนขายประกันชีวิตและผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อประกันชีวิตคือ 1. ความมั่นคงของบริษัทว่ามีรากฐานที่มั่นคง และน่าเชื่อถือ 2. ความพอใจในผลประโยชน์และเงื่อนไขเกี่ยวกับเงินปันผล ความคุ้มครองที่บริษัทมอบให้ สำหรับตัวแทนขายประกันชีวิตก็มีส่วนบ้างในการตัดสินใจซื้อ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้ผู้บริโภคได้เข้าใจในเงื่อนไข และผลประโยชน์ที่จะได้รับจากบริษัท ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อประกันชีวิตจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน

ทัศนีย์ ศรีภักยา (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแล้วจะเห็นความสำคัญกับการมีตัวแทนคอยให้บริการดีกว่าการไม่มีตัวแทนซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนที่มาติดต่อขายประกันส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่รู้จักกันเป็นอย่างดี หรือมีบุคคลอื่นแนะนำมาซึ่งจะเป็นเพื่อนจึงมีส่วนในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนผู้บริโภคที่ยังไม่ซื้อกรมธรรม์จะมีความเห็นว่า การซื้อประกันชีวิตต้องไปซื้อที่บริษัทโดยตรงในเรื่องของตัวแทนไม่มีความสำคัญมากนักนอกจากนั้นยังมีความรู้สึกถึงบริษัทประกันมีฐานะมั่นคงดี ก็เป็นเหตุให้เกิดความตัดสินใจซื้อ

สระเพ็ญ เหมมัน (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในการทำประกันชีวิต” ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์จริงใจของบริษัทประกัน และการมองเห็นคุณค่า ประโยชน์ ความสำคัญของการทำประกันชีวิตมีส่วนสำคัญในการทำประกันชีวิต และต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของตัวแทนขาย การให้บริการ และรูปแบบของกรมธรรม์ที่ไม่หลากหลายจนเกินไปหรือมีรายละเอียดที่ปลีกย่อยมากเกินไปนอกจากนั้น ยังต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้มากขึ้น

จันทรา ด้านภู่งศ์ (2536 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อทัศนคติการทำประกันชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจประกันภัยตัวแทนนายหน้าคอยปกป้องผลประโยชน์ให้ผู้เอาประกัน เป็นผู้ทำให้เบี้ยประกันภัยถูกกำหนดให้ต่ำกว่าสภาพความเป็นจริงแม้ว่ากรมการประกันภัยจะควบคุมค่าเบี้ยประกันภัย โดยจะมีการตัดราคาเบี้ยประกันลดลง เนื่องจากตัวแทนนายหน้ามีการลดราคาเบี้ยประกันโดยการยอมรับค่าคอมมิชชั่นน้อยลง จึงมีการเพิ่มค่าคอมมิชชั่นแก่ตัวแทนนายหน้าประกันชีวิต ซึ่งทำให้ต้นทุนของธุรกิจสูงขึ้น ในขณะเดียวกัน การเริ่มมาตรการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มยิ่งกระทบต่อต้นทุนของบริษัทประกันภัยจนอาจทำให้เกิดปัญหาความมั่นคงของบริษัทประกันขึ้นได้ เนื่องจากบริษัทประกันภัย

ได้รับผลกระทบต่อสภาพการเงินของบริษัท ซึ่งถ้าบริษัทไม่มั่นคงประชาชนจะเกิดทัศนคติไม่เชื่อถือต่อบริษัทและจะไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทนั่นเอง

ศรีสุกิจ อำนาจวรประเสริฐ (2530 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตแล้วกับกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์จากตัวแทนประกันชีวิตมากกว่าจะซื้อจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ทำประกันชีวิตที่เป็นโสด คือ ญาติพี่น้อง ส่วนผู้บริโภคที่แต่งงานแล้วคือ คู่สมรส เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วคือต้องการความมั่นคงความปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัว การทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ของเหตุจูงใจที่ทำประกันชีวิตของผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตแล้วกับปัจจัยต่าง ๆ สรุปผลได้ว่าความแตกต่างระหว่างการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค รายได้มีความสัมพันธ์กับเหตุจูงใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ผู้บริโภคที่สภาพกรมธรรม์ยกเลิกไปแล้ว ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการชำระเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไป ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตแล้วส่วนใหญ่ที่ยังไม่คิดจะซื้อกรมธรรม์เพิ่ม เพราะอย่างยิ่งไม่มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อเพิ่ม ส่วนผู้ที่จะซื้อเพิ่มมีเหตุผลว่าต้องการเพิ่มหลักประกันให้แก่ตัวเองและครอบครัว ผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตถ้าหากคิดจะซื้อกรมธรรม์ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากบริษัทประกันชีวิตโดยตรง อาชีพของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตมากที่สุดคือ พนักงานของบริษัทและทำธุรกิจส่วนตัว ผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตที่คิดจะซื้อจากบริษัทโดยตรงส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาชั้นอาชีวศึกษาและคิดจะซื้อจากตัวแทนประกันชีวิต ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยังไม่คิดจะทำประกันชีวิตคือ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตัวเองและครอบครัว

สุริยะ เบญจวงศ์ (2522 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาทางการตลาดของการประกันชีวิตประเภทสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เข้าใจหลักการประกันชีวิต และไม่ได้มีการประกันชีวิต เหตุผลสำคัญที่คนไม่ทำประกันชีวิตแม้ว่าจะได้รับการติดต่อจากตัวแทนประกันชีวิตก็คือ ไม่เห็นความสำคัญและเหตุผลสำคัญที่ทำประกันคือทำให้ครอบครัวมีหลักประกันชีวิตในอนาคต ส่วนผู้ที่ไม่ได้ทำประกัน ไม่เห็นด้วยกับการประกันชีวิตเพราะคิดว่านำเงินไปลงทุนด้านอื่นดีกว่า ประเด็นสุดท้ายแบบประกันชีวิตที่ผู้ให้บริการมากที่สุดคือ แบบสะสมทรัพย์ และส่วนใหญ่ใช้บริการของ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล อินชัวร์นส์ จำกัด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้บริโภคที่จะเลือกทำประกันชีวิต เพราะเห็นความสำคัญของหลักประกันในอนาคตที่ทำให้ครอบครัวซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญ และส่วนใหญ่ผู้บริโภคเลือกทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และเลือกทำประกันกับ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล อินชัวร์นส์ จำกัด เป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้บริโภค

ที่ไม่เลือกทำประกันชีวิตเนื่องจากไม่เห็นความสำคัญจากการทำประกันชีวิต และต้องการนำเงินไปลงทุนด้านอื่นที่สามารถเห็นเป็นตัวเงินมากกว่า

มาลินี เชษฐโชติศักดิ์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า กรณีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต มูลค่าเบี้ยประกันเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variables) พบว่าปัจจัยผันแปรอิสระ (Independent Variables) คือ จำนวนประชากร อัตราการตาย จำนวนตัวแทนประกันชีวิต และจำนวนกรมธรรม์เมื่อปีก่อน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนกรมธรรม์เมื่อสิ้นปี ดังนั้นถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น อัตราการตายเพิ่มขึ้น จำนวนตัวแทนประกันชีวิตเพิ่มขึ้น และจำนวนกรมธรรม์เมื่อปีก่อนมีอัตราเพิ่มขึ้นจะทำให้จำนวนกรมธรรม์สิ้นปีเพิ่มขึ้น มูลค่าเบี้ยประกันชีวิตเพิ่มขึ้น และผลจากการศึกษาพฤติกรรมของการทำประกันชีวิตในประเทศไทย จำแนกตามรายภาคระหว่างปี พ.ศ. 2527-2531 พบว่าจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตของภาคกลางมีจำนวนมากที่สุด และจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตของภาคใต้มีจำนวนน้อยที่สุด ส่วนจำนวนประชากรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด และจำนวนประชากรของภาคใต้น้อยที่สุด สำหรับมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตของกรุงเทพมหานครมีมูลค่ามากที่สุด และมูลค่าเบี้ยประกันชีวิตของภาคใต้มีมูลค่าน้อยที่สุด เป็นการศึกษาลูกค้าย่อยเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคภาคกลาง ณ กรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยเช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาจะได้นำไปกำหนดลักษณะกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจประกันชีวิตและสามารถขยายประกันชีวิตได้อย่างง่ายและสามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

สุชาย ศรีรุ่งเรืองจิต (2524 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมที่คนในเขตกรุงเทพมหานครซื้อ ส่วนใหญ่เลือกทำประกันชีวิตแบบระยะเวลาประกัน 16 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 11 ปี มาก ดังนั้นบริษัทที่เป็นผู้นำในตลาดปัจจุบันควรจะอบรมตัวแทนประกันชีวิต ควรจะชี้แจงให้ทราบว่าผู้ที่คาดหวังไว้นั้นมีความต้องการประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมากกว่าช่วงระยะเวลาอื่น ซึ่งจะทำให้สะดวกและประหยัดเวลาในการขายเนื่องจากขายตามกลุ่มที่เป้าหมายต้องการ ส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะผู้เอาประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร จะเห็นได้ว่าคนที่แต่งงานแล้วมักต้องการหลักประกันบางอย่างให้แก่ครอบครัวในปัจจุบันและต่อไปในอนาคตด้วย ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยแสดงให้เห็นว่า เป็นสถาบันที่มีความมั่นคงเช่นเดียวกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และการขายประกันชีวิตควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ พร้อมทั้งศึกษาถึงความต้องการของคนกลุ่มน้อยอย่างละเอียดอีกครั้งหนึ่ง วิธีการนี้เป็นวิธีการตลาดอีกแบบหนึ่งที่จะเป็นเครื่องชี้แนะให้แก่ตัวแทนประกันชีวิต และนายหน้าประกันชีวิต โดยนำมาสนับสนุนการขายประกันชีวิตของตน ส่วนในด้านพฤติกรรม หลักเกณฑ์ และวิธีการซื้อต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อพบว่า ผู้ที่จะทำประกันชีวิตมักจะปรึกษาผู้ที่อยู่ใกล้ชิดตัวมากที่สุด เช่น คู่สมรส บิดามารดา

เป็นต้น และการซื้อมักจะไม่เปรียบเทียบผลประโยชน์แบบต่าง ๆ ของกรรมธรรม์เสียก่อน ทั้งนี้ ผู้ประกันชีวิตอาจจะมีความเข้าใจเพียงเล็กน้อย และเมื่อตัวแทนประกันชีวิตควรจะติดต่อผู้ทำประกันชีวิตในช่วง 1-2 สัปดาห์ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จะทำให้สามารถอธิบายเงื่อนไขต่าง ๆ และชี้แนะให้ลูกค้าเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น ในระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการขายด้วยบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ ยังไม่สามารถจูงใจให้ประชาชนมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น การขายส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้ตัวแทนประกันชีวิตไปเสนอขาย ให้แก่ผู้จะทำประกันชีวิตถึงบ้านหรือที่ทำงาน การโฆษณาที่ยังไม่แพร่หลาย บริษัทควรจะเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น สำหรับสื่อการโฆษณา ควรจะใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้น ซึ่งจะสามารถเข้าถึงกลุ่มคนต่าง ๆ ได้หลายประเภท เพราะเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน

กาญจนา แสมขาว, นาฏยา โล่สูงาลัย, อารีย์ อังคลาภรณ์กุล, วราวรรณ เวชพัทธ์, งามทิพย์ พิษพิษนะในทูลย์ และชัชวาลย์ วสิมหัสสุรณ (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของผู้เอาประกันภัยและผู้ประกอบการที่มีต่ออัตราเบี้ยประกันภัยและแบบการประกันภัย เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อ ทัศนคติเกี่ยวกับอัตราเบี้ยประกันภัยของผู้เอาประกันภัย" ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับอัตราเบี้ยประกันภัย ได้แก่ สถานภาพการทำงาน อาชีพรอก เงินเดือน รายได้คู่สมรส สาเหตุที่ทำประกันชีวิต สาเหตุที่เลือกบริษัทประกันชีวิตต่างกัน ประเภทการประกันชีวิต ความต้องการกับความคุ้มครองที่ได้รับ วงการชำระเบี้ยประกันภัย ความสะดวกในการชำระเบี้ยประกันภัย และจำนวนเบี้ยประกันภัยที่ส่ง อันเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่า ในขณะที่ผู้เอาประกันภัยคิดจะทำประกันชีวิต ราคาของสินค้าหรืออัตราเบี้ยประกันภัย เป็นปัจจัยที่ผู้เอาประกันภัยคำนึงถึงค่อนข้างน้อย เหตุผลอาจเนื่องจากความซับซ้อนยุ่งยากที่ยากแก่ความเข้าใจ แต่สิ่งที่ผู้เอาประกันภัยคำนึงคือ ความสามารถในการส่งเบี้ยประกันแต่ละครั้ง รวมกับผลประโยชน์ที่ได้รับตรงกับความต้องการหรือไม่ และความรู้จักผูกพันคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิตหรือพนักงานบริษัทนั้น ๆ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตพบว่า ผู้เอาประกันภัยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตค่อนข้างดี และที่ทำประกันชีวิตเพราะต้องการความคุ้มครอง และสร้างความมั่นคงให้กับ ครอบครัว แม้ว่าสาเหตุรองลงมาของการทำประกันชีวิตคือ การทำตามคำชักชวนของเพื่อนญาติและการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทใดผู้เอาประกันภัยมักคำนึงถึงความคุ้นเคยกับพนักงาน หรือตัวแทนประกันชีวิตเป็นสำคัญพอ ๆ กับการคำนึงถึงความมั่นคงในฐานะการเงิน

ชูศักดิ์ บัวแก้วและสุณี กุลตระกูล (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง "ลักษณะการทำประกันชีวิต และการทำวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ทำประกันเป็นผู้ที่สมรสแล้วมากกว่าคนโสด ด้านการศึกษาพบว่า ผู้มีการศึกษาสูงกว่ามีการทำประกันมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า ด้านอายุก็พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการทำประกัน ในกลุ่มผู้ที่ทำประกันยิ่งอายุมากขึ้นยังมีสัดส่วนของคนทำประกันมากยิ่งขึ้น ด้านตำแหน่งงานก็ในทำนอง

เดียวกัน ในกลุ่มของผู้ทำประกันคนที่มีความเสี่ยงสูงกว่าคนที่ไม่ทำประกัน ด้านระดับรายได้เห็นได้ว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการทำประกันชีวิต ในลักษณะที่ว่าในกลุ่มของคนทำประกัน ผู้ที่มีรายได้มากกว่าทำประกันมากกว่าคนที่มีความเสี่ยงต่ำกว่า และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้พิจารณาการเลือกบริษัทประกัน พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือความมั่นคงของบริษัท รองลงมาคือ ภาพพจน์ด้านคุณภาพของการบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญคือ สัญชาติของบริษัท ผู้บริหารของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อายุของบริษัท เงินกองทุนของบริษัท พนักงานผู้เชี่ยวชาญ และการลดค่าเบี้ยประกันให้เป็นพิเศษ

บุญเกิด จิระปัทมะ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจประกันอัคคีภัยโดยไม่ผ่านคนกลาง" ผลการศึกษาพบว่า ผู้เอาประกันภัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่เคยประสบเหตุเพลิงไหม้ ได้รับการบริการจากบริษัทประกันภัยในระดับที่ดี และมากกว่าครึ่งหนึ่งมีประสบการณ์ในการทำประกันภัยโดยไม่ผ่านคนกลาง ผลจากการศึกษาผู้เอาประกันภัยส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.9 เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจด้วยตนเอง ลักษณะการตัดสินใจจะไม่ทันที แต่จะสอบถามข้อมูลจากหลาย ๆ บริษัท ปัจจัยเหล่านี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันอัคคีภัยโดยไม่ผ่านคนกลาง รูปแบบการตัดสินใจของผู้เอาประกันอัคคีภัย พบว่าร้อยละ 64.07 มีรูปแบบการตัดสินใจโดยใช้เหตุผล ส่วนลักษณะการตัดสินใจ ร้อยละ 48.5 มีลักษณะการตัดสินใจแบบทันทีโดยลำพัง และร้อยละ 50.2 มีลักษณะการตัดสินใจแบบลังเลโดยปรึกษาคนอื่นก่อนเสมอ ปัจจัยเกี่ยวกับการทำประกันอัคคีภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การบริการของบริษัท ทั้งก่อนและหลังการขาย ความมั่นคง ชื่อเสียงบริษัท ความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขในกรมธรรม์ระดับราคาเบี้ยประกันภัย โดยระดับราคาเบี้ยประกันภัยที่ถูกที่สุด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

สมจิตต์ มารัตนชัย (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์ความเสี่ยงของการเบิกใช้บริษัท ประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด" ผลการศึกษาพบว่า การที่กรมการประกันภัยสั่งปิดกิจการชั่วคราวเนื่องจากได้รับการร้องเรียนจากผู้เอาประกันภัยในการเรียกร้องค่าเสียหาย และการที่ผู้ซ่อมรถยนต์ได้รับลูกค้ายกเลิกการทำประกันภัยไว้กับทางบริษัทฯ เนื่องจาก ติดค้างค่าซ่อมรถยนต์กับทางผู้จำหน่ายมาก ทำให้ผู้เอาประกันภัยได้รับความเดือดร้อน กรมการประกันภัยจึงได้ทำการตรวจสอบฐานะของบริษัท พบว่ามีปัญหาขาดสภาพคล่อง การเสนอแผนฟื้นฟูของ บริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด เมื่อพิจารณาประกอบกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เห็นได้ชัดว่ามีความชัดเจนและความเป็นไปได้น้อย กรมการประกันภัยจึงมีคำสั่งปิดกิจการเป็นภาคาวร เมื่อต้นเดือน พฤษภาคม 2541 ปัจจัยในการพิจารณาบริษัทประกันภัย ในแง่ประชาชน ผู้ใช้บริการได้แก่ ฐานะการเงินของบริษัท การจัดประกันภัยต่อ หรือประกันภัยช่วง กรมธรรม์ ความคุ้มครอง เงื่อนไขต่าง ๆ การเรียกร้องค่าเสียหายต้องมีความรวดเร็ว ยุติธรรม

พิสมัย อัสวากิจวรี (2528 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางการดำเนินงาน ปัญหา กระทรวงพาณิชย์ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงเหมาะสมต่อไป” ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่รับประกันชีวิตแบบอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสินค้าที่จำหน่าย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเก็บเบี้ยประกัน การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การควบคุม และประเมินผลการทำงานตลาดจนผลตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ให้แก่พนักงานและตัวแทน ในด้านความสนใจของประชาชนที่มีต่อการประกันชีวิตอยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน กฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตยังไม่รัดกุม เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การประกันชีวิตยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ปัญหาที่บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยต้องประสบอยู่คือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้บริหารส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ในด้านการตลาดบริษัทประกันจะให้ความสำคัญกับการขายมากกว่าการตลาด ประกอบกับยังขาดด้านการวิจัยตลาดอย่างเพียงพอ ทำให้การดำเนินงานขาดทิศทาง ด้านบุคลากร คุณภาพของตัวแทนยังไม่มีมาตรฐานเดียวกัน การเข้าออกค่อนข้างสูง ประชาชนยังไม่เห็นประโยชน์ของการประกันชีวิต ด้านรัฐบาลและระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่าง ๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต ประกอบกับเจ้าหน้าที่ของรัฐยังขาดความรู้อย่างเพียงพอ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย บริษัทประกันชีวิตควรให้การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อมารองรับการขยายตัวของธุรกิจ การบริหารการตลาดควรเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการ โดยเฉพาะด้านการวิจัยตลาดและส่งเสริมการขายควรให้ความสนใจกับคุณภาพของตัวแทนอย่างจริงจัง ภาครัฐบาล บริษัทประกัน และตัวแทนประกันชีวิตควรมีการร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญ และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการประกันชีวิต ตลอดจนรัฐบาลควรเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และปรับปรุงแก้ไขระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมในธุรกิจประกันชีวิต

พนิดา สุขจิระ และคณะ (2531 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของลูกจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นในด้านการประกันชีวิต และอิทธิพลของปัจจัยสำคัญบางอย่างที่มีต่อการทำประกันชีวิต เช่น อัตราดอกเบี้ย การโฆษณาสื่อมวลชน และตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้บุคคลทำประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักการทำประกันชีวิตยังไม่มากนัก และคิดว่าการทำประกันชีวิตก็ถือเป็นการสร้างความมั่นคง และหลักประกันชีวิตให้ครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง นอกเหนือจากการฝากธนาคาร และยังพบว่า รายได้ อายุ ระดับการศึกษา และสภาพสมรสของลูกจ้างในสถานประกอบการ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการทำประกันชีวิต นอกจากนี้ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงธุรกิจประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ประเภทของการประกันชีวิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่จะเน้นที่ตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ

เป็นด้านโฆษณาทางสื่อมวลชน แนวทางแก้ไขคือ บริษัทประกันชีวิตควรนำเอาหลักการตลาดมาใช้ ในธุรกิจประกันชีวิต ตัวแทนหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายควรพิจารณาคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ ในการควบคุม และประเมินผลการทำงานเพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดการเข้าออก ควรมีการส่งเสริมและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนได้รู้จักบริษัทประกัน สินค้า โดยผ่านสื่อหรือ ตัวแทนก็ได้ สมาคมประกันชีวิตควรจะมีการเผยแพร่ข้อมูลและให้การศึกษาในเรื่องหลักการประกัน ชีวิตเรียกร้องให้บริษัทประกันร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ของธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ (2531 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการประกันชีวิต” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิต ส่วน ใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่ จะได้รับ เหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต คือ ต้องการความมั่นคงปลอดภัย สำหรับตนเองและครอบครัว สาเหตุที่ยกเลิกทำประกันชีวิตคือ ชำระเบี้ยประกันต่อไปไม่ไหว และคน ที่เคยทำไปแล้วส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่มอีก เพราะยังไม่เห็นความจำเป็นและสาเหตุที่ ผู้บริโภคทั่วไปไม่คิดที่จะทำประกันชีวิต เนื่องจากยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว แต่ถ้ามหากคิดจะทำประกันชีวิตก็จะเลือกซื้อโดยตรงกับบริษัทมากกว่าซื้อกับตัวแทน เพราะไม่ไว้วางใจ ตัวแทน ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มเห็นว่าควรปรับปรุงการประกันชีวิตทุก ๆ ด้าน (โดยให้ข้อเสนอแนะที่ สำคัญในแต่ละด้าน คือ ให้ตัวแทนทำงานเต็มเวลา มีความจริงใจ อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิด ข้อเท็จจริง ตลอดจนบริหารสม่ำเสมอบริษัทควรลดอัตราเบี้ยประกันชีวิตให้ถูกกว่าเดิม และควรมี แบบของการประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกให้เหมาะสมกับตนเอง

วุฒิชัย สุนทรสมัย (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของ ตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต” ผลการศึกษาพบว่า สื่อบุคคล จัดเป็นสื่อหลักที่ช่วยให้ข้อมูลด้านการประกันชีวิต โดยตัวแทนประกันชีวิตจัดเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญ ที่สุด ปัญหาที่ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงมากที่สุด คือการอำนวยความสะดวกและให้บริการต่อ ผู้ทำประกันชีวิตสำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิตควรคัดเลือกผู้ที่ จะเข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยได้พิจารณาจากบุคลิกภาพเป็นหลัก สำหรับ พฤติกรรมการสื่อสารของตัวแทน ควรใช้เทคนิคการฝึกอบรมที่เข้มข้น เน้นให้แสดงพฤติกรรม สื่อสารที่นำไปสู่ความสอดคล้องมากกว่าพฤติกรรมการสื่อสารที่นำไปสู่ความไม่สอดคล้อง ควรให้ การบริการหลักการขายแก่ลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) กับผู้บริโภคที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต กับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้บริโภคที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota) กับผู้บริโภคที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต กับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน และผู้บริโภคที่ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน

ขั้นที่ 3. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Convenience) กับผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ในขั้นที่ 2

สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดที่ยอมรับไม่เกิน 5%)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทน	ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น
	E	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

ดังนั้น จะได้ขนาดตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 385 \quad \text{คน} \end{aligned}$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรองกลุ่มตัวอย่างไว้ 15 คน (ประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง) รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ 1. แบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต 2. แบบสอบถามสำหรับผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขึ้นที่ 1

แบบสอบถามตอนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 6 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้เป็น เพศชาย และเพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) 20 – 24 ปี
- (2) 25 – 29 ปี
- (3) 30 – 34 ปี
- (4) 35 – 39 ปี
- (5) 40 – 44 ปี
- (6) 45 – 49 ปี
- (7) 50 – 54 ปี
- (8) 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) นิสิต/นักศึกษา
- (2) พนักงานบริษัท
- (3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- (4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย
- (5) อาชีพอิสระ

ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคล ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) ไม่เกิน 10,000 บาท
- (2) 10,001 – 20,000 บาท
- (3) 20,001 – 30,000 บาท
- (4) 30,001 - 40,000 บาท
- (5) 40,001 - 50,000 บาท
- (6) 50,000 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) ต่ำกว่า ม.ปลาย
- (2) ม. ปลาย
- (3) อนุปริญญา
- (4) ปริญญาตรี
- (5) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 6 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) โสด
- (2) สมรส ไม่มีบุตร
- (3) สมรส มีบุตร 1 คน
- (4) สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน
- (5) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของ
กรรมธรรม์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของ
ตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด
มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มี
จำนวนทั้งสิ้น 34 ข้อ เพื่อใช้ทดสอบระดับความความคิดเห็น แยกได้ดังนี้

- 1) การปฏิบัติของบริษัทที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 10 ข้อ
- 2) คุณลักษณะของตัวแทนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ
- 3) รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับการใช้ปัจจัย	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัด
ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหา
ค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 - 81) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อมาก
 คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์
 ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 12 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 จำนวนกรรมธรรม์ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตที่ถือ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 2 แบบของกรรมธรรม์ที่ถือ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 เบี้ยประกันที่ชำระ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 4 สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจากใคร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 7 ผู้รับประโยชน์จากกรรมธรรม์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 ถือกรรมธรรม์ของบริษัทอื่นหรือไม่ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 10 ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นกี่ฉบับ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 11 แบบที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 12 สาเหตุที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

แบบสอบถามตอนที่ 4 ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขึ้นที่ 2

แบบสอบถามตอนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 6 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้เป็น เพศชาย และเพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) 20 – 24 ปี
- (2) 25 – 29 ปี
- (3) 30 – 34 ปี
- (4) 35 – 39 ปี
- (5) 40 – 44 ปี
- (6) 45 – 49 ปี
- (7) 50 – 54 ปี
- (8) 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) นิสิต/นักศึกษา
- (2) พนักงานบริษัท
- (3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- (4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย
- (5) อาชีพอิสระ

ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคล ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) ไม่เกิน 10,000 บาท
- (2) 10,001 – 20,000 บาท
- (3) 20,001 – 30,000 บาท
- (4) 30,001 - 40,000 บาท
- (5) 40,001 - 50,000 บาท
- (6) 50,000 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) ต่ำกว่า ม.ปลาย
- (2) ม. ปลาย
- (3) อนุปริญญา
- (4) ปริญญาตรี
- (5) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 6 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

- (1) โสด
- (2) สมรส ไม่มีบุตร
- (3) สมรส มีบุตร 1 คน
- (4) สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน
- (5) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของ
กรรมธรรม์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 34 ข้อคำถาม เพื่อใช้ทดสอบระดับความความคิดเห็น แยกได้ดังนี้

- 1) การปฏิบัติของบริษัทที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 10 ข้อ
- 2) คุณลักษณะของตัวแทนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ
- 3) รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 -81) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์

ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 13 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 ปัจจุบันท่านถือกรรมธรรม์บริษัทอะไร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นกี่ฉบับ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 3 ถือกรรมธรรม์แบบใด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระเป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 5 สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจากใคร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 8 ผู้รับประโยชน์จากกรรมธรรม์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 10 สนใจที่จะซื้อกรรมธรรม์ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตหรือไม่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 11 แบบของกรรมธรรม์ที่สนใจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 12 ชำระเบี้ยประกันเป็นจำนวน เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended Question)
โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 13 เหตุที่ไม่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ
(Nominal Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

แบบสอบถามตอนที่ 4 ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 2 ชุด แต่ละชุดมี 4 ส่วนดังนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรมธรรม์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 34 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 1 ข้อ

แบบสอบถามชุดที่ 2

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรมธรรม์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 34 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทอื่น จำนวน 13 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 1 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อปรับปรุงให้ความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วนำไปทดลองใช้ (Try – Out) กับ ผู้บริโภคที่ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) โดยในกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ .9352 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการปฏิบัติของบริษัท ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8750 2. ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8357 3. ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8819 ในส่วนกลุ่มผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ .9460 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการปฏิบัติของบริษัท ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8174 2. ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .7967 3. ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8835

ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัย และแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท และมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านทำการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง อีกทั้งได้จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อขอคำชี้แนะและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องทั้งในเรื่องของความสะดวกคล่องความครอบคลุมเนื้อหา ปัจจัยที่สำคัญในการวิจัยครั้งนี้ของความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูล ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เรียบร้อยสมบูรณ์ก่อนการออกเก็บข้อมูลจริง

ความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ซื้อและไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	Covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	Variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

Secondary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสาร ตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ รวมถึงเอกสารของบริษัทต่าง ๆ ในธุรกิจประกันชีวิตและ และสถิติข้อมูลต่าง ๆ ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตที่ www.tlaa.org/ และ www.ayudyhacmg.co.th (ณ วันที่ 23 ธันวาคม 2546)

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

Primary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้

3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม - 31 มิถุนายน 2547 กำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่เวลา 09.00 – 21.00 น. โดยการสอบถามผู้บริโภครู้ชื่อและไม่ชื่อ ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี ประกันชีวิต เพื่อให้ตอบแบบสอบถามและคอยรับคืนทันที

4. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิธีจัดการกับข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนั้นมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1, ตอนที่ 3 ข้อ

2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12 ตอนที่ 4 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1, ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13, ตอนที่ 4

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 6, 10 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 2, 4, 7, 12

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 6, 10 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 2, 4, 7, 12

4.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน ดังนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 3

1.1 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ Independent Sample t-test

1.2 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ข้อ 6 สถิติที่ใช้คือ Independent Sample t-test

1.3 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ข้อ 9 สถิติที่ใช้คือ Chi – Square

1.4 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ ข้อ 1 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.5 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.6 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ข้อ 6 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.7 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.8 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ข้อ 6 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.9 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ ข้อ 1 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.10 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.11 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ข้อ 9 สถิติที่ใช้คือ Chi – Square

1.12 การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.13 การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ข้อ 6 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.14 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 3 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.15 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ข้อ 6 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 3

1.16 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 4 สถิติที่ใช้คือ Independent Sample t-test

1.17 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 4 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.18 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือ ข้อ 2 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.19 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 4 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.20 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ข้อ 7 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.21 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือ ข้อ 2 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.22 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ข้อ 4 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.23 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ข้อ 7 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

1.24 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ข้อ 7 สถิติที่ใช้คือ ANOVA (F – test)

สมมติฐานข้อที่ 2 ความโปร่งใสของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงของกรมธรรม์ เงื่อนไขของกรมธรรม์ เอกสิทธิ์ของกรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Discriminant Analysis เพื่อจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ซื้อกรมธรรม์

ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 สถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1) การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538 : 182)

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

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์
 f แทน ความถี่ที่สำรวจได้
 n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 4)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

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

3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยมีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 48)

$$S.D. = \sqrt{S^2}$$

คำนวณค่าแปรปรวนได้ดังนี้

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1} = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n-1}$$

เมื่อ S^2 แทน ค่าแปรปรวนตัวอย่างวัดการกระจายของข้อมูล
 X_i แทน ค่ากึ่งกลางของชั้นที่ i , $i = 1, 2, \dots, k$

$\bar{X}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.4 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

4.4.1 ค่าสถิติ Chi - Square

$$(\chi^2 - \text{test})$$

ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระ (Tests for independence) ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ สัดส่วน หรือ ร้อยละ และตัวแปรแต่ละตัวแบ่งกลุ่มย่อย ๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 182)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

เมื่อ χ^2	แทน	ค่า Chi - Square
O	แทน	ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency)
E	แทน	ความถี่ที่คาดหวังทางทฤษฎี (Expected Frequency)

4.4.2 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 83)

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-
	$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

$S_1^2 + S_2^2$ แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

4.4.3 ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 112)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution

MS_b แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม ($k-1$), ภายในกลุ่ม ($n-k$)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2 MSE}{n_i}}$$

$$\text{โดยที่ } n_i \neq n_j \\ r = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

$S_1^2 + S_2^2$ แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

4.4.3 ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 112)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution

MS_b แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม ($k-1$), ภายในกลุ่ม ($n-k$)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2 MSE}{n_i}}$$

$$\text{โดยที่ } n_i \neq n_j \\ r = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
 α แทน ค่าความเชื่อมั่น

4.4.4 สถิติการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม Discriminant Analysis เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว โดยตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรจำแนกกลุ่มจะเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรตามจะเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรจำแนกกลุ่มจะอยู่ในรูปเชิงเส้น ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2544 : 147)

$$D = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_p x_p + e$$

กำหนดให้

$x_1, x_2, \dots, x_p$ เป็นตัวแปรอิสระ หรือ ตัวแปรจำแนกกลุ่ม ; $p \geq 1$

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

เมื่อใช้ข้อมูลตัวอย่างมาประมาณค่าสมการจะได้เป็น

$$\hat{D} = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_p x_p$$

การประมาณสัมประสิทธิ์ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$ ด้วย $a, b_1, b_2, \dots, b_p$ ตามลำดับ โดยมีเป้าหมายที่ทำให้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มมีมากที่สุด นั่นคือ ทำให้ค่า

ความผันแปรระหว่างกลุ่ม (Between - Group Sum Square)

ความผันแปรภายในกลุ่ม (Within - Groups Sum Square)

มีค่ามากที่สุด และค่า D ที่ได้เรียกว่า Discriminant Score

การอ่านค่า หรือ พรรณนาผลที่ได้จากการวิเคราะห์ให้พิจารณาสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ตามลำดับ

- (1) ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนของตัวแปรแต่ละตัวของแต่ละกลุ่มย่อย
- (2) ค่า Eigenvalue และ Canonical R ของแต่ละสมการ
- (3) ค่าสถิติ F ของแต่ละตัวแปร

(4) ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวกับสมการแต่ละสมการ

(5) ตารางแสดงผลการจำแนกประเภทโดยเฉพาะอัตราการจัดจำแนกถูก

ในการอ่าน หรือ พรรณนาค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะอ่านในเชิงเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ว่ากลุ่มใดมีค่าสูงในค่าเฉลี่ยของตัวแปรกว่ากลุ่มใด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะพิจารณาเป็นบางตัวโดยเฉพาะเมื่อมีความแตกต่างกันมาก กลุ่มใดมีค่าดังกล่าวสูง แสดงว่ามีความแตกต่างภายในกลุ่มสูงมาก

ค่า Eigenvalue เป็นค่าแสดงความสามารถของสมการในการอธิบายความผันแปรของตัวแปรทั้งหมด ถ้าค่าสูงแสดงว่าสมการสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรได้มากกว่า ค่า Eigenvalue ก็คือ ค่ารวมของการผันแปร (Variance) ของตัวแปรมาตรฐาน (Standard variable) ซึ่งแต่ละตัวจะมีค่าการผันแปรเท่ากับ 1 ค่าสูงสุดของจะเท่ากับจำนวนตัวแปรที่ใช้

ค่า Canonical R เป็นค่าแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำแนกกับความเป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่ม ถ้ามีค่าสูงแสดงว่าตัวแปรเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กับสมการมาก นั่นคือ สมการจำแนกนั้นสามารถจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้ดี

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนก (Discriminant variables) แต่ละตัวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรใดมีน้ำหนักในการจำแนกกลุ่มได้มากกว่าตัวแปรใดในทิศทางใด บวก หรือ ลบ การใช้ค่าสถิติดังกล่าวต้องใช้ควบคู่กับค่าสถิติทดสอบ F ของตัวแปรแต่ละตัว (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2537:251)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – Distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_a	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม 2 ชุดในการทำวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามชุดที่ 1 ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอนตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมกรรม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามชุดที่ 2 ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ท่านให้ความสำคัญกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ต่อไปนี้น้อยมากน้อยเพียงใด ถ้าท่านจะตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทอื่น

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

เป็นการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน และร้อยละ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	72	36
หญิง	128	64
รวม	200	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
20-24	19	9.5
25-29	51	25.5
30-34	41	20.5
35-39	30	15.0
40-44	35	17.5
45-49	13	6.5
50-54	6	3.0
55 ปีขึ้นไป	5	2.5
รวม	200	100.0
3. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	10	5.0
พนักงานบริษัท	105	52.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	21.5
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	27	13.5
อาชีพอิสระ	12	6.0
อื่น ๆ โปรดระบุ	3	1.5
รวม	200	100.0
4. รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	30	15.0
10,001-20,000 บาท	64	32.0
20,001-30,000 บาท	43	21.5
30,001-40,000 บาท	26	13.0
40,001-50,000 บาท	18	9.0
50,001 บาทขึ้นไป	19	9.5
รวม	200	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	15	7.5
มัธยมศึกษา	18	9.0
อนุปริญญา	15	7.5
ปริญญาตรี	129	64.5
สูงกว่าปริญญาตรี	23	11.5
รวม	200	100.0
6. สถานภาพสมรส		
โสด	102	51.0
สมรส ไม่มีบุตร	25	12.5
สมรส มีบุตร 1 คน	32	16.0
สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	37	18.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64 เพศชาย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 25-29 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาคือ มีอายุ 30-34 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีอายุ 40-44 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีอายุ 35-39 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีอายุ 45-49 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีอายุ 50-54 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อาชีพอิสระ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 30,001-40,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 40,001-50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มัธยมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อนุปริญญา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 สมรสมีบุตร 1 คน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 สมรสไม่มีบุตร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

จากตาราง 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุดมีความแตกต่างกันทางด้านความถี่ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุดมาแบ่งชั้นความถี่ใหม่เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของการแบ่งชั้นข้อมูลใหม่ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
20-29	70	35.0
30-34	41	20.5
35-39	30	15.0
40 ปีขึ้นไป	59	29.5
รวม	200	100.0
2. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	105	52.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	21.5
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	52	26.0
รวม	200	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	30	15.0
10,001-20,000 บาท	64	32.0
20,001-30,000 บาท	43	21.5
30,001 บาท ขึ้นไป	63	31.5
รวม	200	100.0
4. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	24.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	152	76.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุดของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน จำแนกตาม ตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีอายุ 30-34 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีอายุ 35-39 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 20,001-30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของ ตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของ บมจ.
อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	เกณฑ์กำหนด ระดับ ความสำคัญ
ด้านการปฏิบัติของบริษัท			
ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล			
1. ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายและเป้าหมาย	3.87	.75	มาก
2. ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ	3.95	.73	มาก
3. ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน	3.97	.79	มาก
4. การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล	3.90	.77	มาก
5. การรายงานผลปฏิบัติงานตามกฎหมายเกณฑ์แก่ผู้ถือหุ้น	3.79	.76	มาก
6. ความพอเพียงของข้อมูลโดยรวมที่ถูกเปิดเผยแก่ผู้ร่วมลงทุน	3.75	.82	มาก
ผลรวมความโปร่งใส	3.88	.60	มาก
ความเท่าเทียมกัน			
7. การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน	4.03	.76	มาก
8. การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน	4.07	.78	มาก
9. ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน	4.07	.78	มาก
10. การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน	4.10	.76	มาก
ผลรวมความเท่าเทียมกัน	4.07	.72	มาก
ผลรวมด้านการปฏิบัติของบริษัท	3.96	.57	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัย	$\bar{x}$	SD	เกณฑ์กำหนด ระดับ ความสำคัญ
<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>			
ความซื่อสัตย์			
1. การเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ	4.30	.82	มากที่สุด
2. การที่ตัวแทนนำส่งเบี้ยประกันทันที	4.13	.73	มาก
3. การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก	4.25	.71	มากที่สุด
4. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า	4.37	.72	มากที่สุด
ผลรวมความซื่อสัตย์	4.27	.65	มากที่สุด
การพัฒนาการ			
5. การนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ๆ	3.91	.72	มาก
6. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ	3.76	.77	มาก
7. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลาย	3.69	.76	มาก
8. การที่ตัวแทนได้รับรางวัลจากบริษัท	3.54	.74	มาก
9. การปรับตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นของตัวแทน	3.56	.72	มาก
ผลรวมการพัฒนาการ	3.69	.58	มาก
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา			
10. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม	4.16	.77	มาก
11. ความรู้ในรูปแบบกรมธรรม์	4.15	.77	มาก
12. การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม	4.16	.77	มาก
ผลรวมความรู้เกี่ยวกับสัญญา	4.16	.71	มาก
ผลรวมด้านคุณลักษณะของตัวแทน	4.01	.47	มาก
<u>ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์</u>			
คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ			
1. การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน	4.10	.74	มาก
2. การตรวจสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง	4.16	.68	มาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนกรรมธรรม์ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ	จำนวนน้อยที่สุด	จำนวนมากที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ (ฉบับ)	1	5	1.33	.72

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์จำนวนกรรมธรรม์ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนกรรมธรรม์ที่ถืออย่างน้อยที่สุดเท่ากับ 1 ฉบับ มากที่สุดเท่ากับ 5 ฉบับ โดยเฉลี่ยถือกรรมธรรม์ประมาณ 1 ฉบับ

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของแบบกรรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แบบของกรรมธรรม์	จำนวน (กรรมธรรม์)	ร้อยละ
ออมทรัพย์	148	74.0
ตลอดชีพ	58	29.0
เฉพาะกาล	5	2.5

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์แบบของกรรมธรรม์ พบว่า แบบออมทรัพย์ มีมากที่สุด จำนวน 148 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือแบบตลอดชีพ จำนวน 58 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 29.0 แบบเฉพาะกาล จำนวน 5 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ

แบบของกรมธรรม์	จำนวน	จำนวนเบี้ย ประกันที่ ชำระน้อย ที่สุด	จำนวนเบี้ย ประกันที่ ชำระมาก ที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
ออมทรัพย์	148	4,000	150,000	23,142.84	21,106.85
ตลอดชีพ	52	1,243	80,000	16,474.17	11,963.29
เฉพาะกาล	5	260	30,000	8,941.20	12,293.76

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ พบว่า แบบออมทรัพย์ มีเบี้ยประกันที่ชำระน้อยที่สุดเท่ากับ 4,000 บาท มากที่สุดเท่ากับ 150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23,142.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 21,106.85

แบบตลอดชีพ มีเบี้ยประกันที่ชำระน้อยที่สุดเท่ากับ 1,243 บาท มากที่สุดเท่ากับ 80,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16,474.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11,963.29

แบบเฉพาะกาล มีเบี้ยประกันที่ชำระน้อยที่สุดเท่ากับ 260 บาท มากที่สุดเท่ากับ 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8,941.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12,293.76 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสาเหตุในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียงบริษัท	70	35.0
การโน้มน้าวใจของตัวแทน	43	21.5
กรมธรรม์ตรงกับความต้องการ	59	29.5
เพื่อการออมทรัพย์	124	62.0
เพื่อการลงทุน	12	6.0
เพื่อป้องกันความเสี่ยง	102	51.0
เบี้ยประกันถูก	19	9.5
นำมรดกหย่อนภาษี	62	31.0
เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล	103	51.5
อื่น ๆ *	2	1.0

* หมายถึง เกรงใจ

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ พบว่า เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 124 คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล จำนวน 103 คิดเป็นร้อยละ 51.5 เพื่อป้องกันความเสี่ยง จำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 51.0 ชื่อเสียงบริษัท จำนวน 70 คิดเป็นร้อยละ 35 นำมาลดหย่อนภาษี จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 31.0 กรมธรรม์ตรงกับความต้องการ จำนวน 59 คิดเป็นร้อยละ 29.5 การโน้มน้าวใจของตัวแทนจำนวน 43 คิดเป็นร้อยละ 21.5 เบี้ยประกันถูก จำนวน 19 คิดเป็นร้อยละ 9.5 เพื่อการลงทุน จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 6.0 อื่น ๆ จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของแหล่งที่ซื้อกรมธรรม์

ซื้อกรมธรรม์จาก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	5	2.5
ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน	194	97.0
อื่น ๆ *	1	.5
รวม	200	100.0

* หมายถึง จดหมายขายตรง

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์แหล่งที่ซื้อกรมธรรม์ พบว่า มีการซื้อกรมธรรม์กับตัวแทน/นายหน้าขายประกันมากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมาคือ บริษัท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .5 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์

ระยะเวลาในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	เวลาน้อยที่สุด	เวลามากที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
ระยะเวลาในการตัดสินใจ (เดือน)	196	0	48	5.76	8.38

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ พบว่าใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยที่สุด 0 เดือน มากที่สุด 48 เดือน โดยเฉลี่ยใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

ตาราง 11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บิดา-มารดา	130	65.0
สามี-ภรรยา	49	24.5
บุตร-ธิดา	58	29.0
อื่น ๆ *	10	5.0

* หมายถึง พี่-น้อง, เพื่อน

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์ พบว่า ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์มากที่สุด คือ บิดา-มารดา จำนวน 130 คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ บุตร-ธิดา จำนวน 58 คิดเป็นร้อยละ 29.0 สามี-ภรรยา จำนวน 49 คิดเป็นร้อยละ 24.5 อื่น ๆ จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	12	6.0
ตัวแทน	10	5.0
ตนเอง	149	74.5
ครอบครัว/คู่สมรส	27	13.5
เพื่อน ๆ	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1 พบว่า ตนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ ครอบครัว/คู่สมรส จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 บริษัท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตัวแทน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 เพื่อน ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	4	2.5
ตัวแทน	20	12.7
ตนเอง	30	19.0
ครอบครัว/คู่สมรส	97	61.4
เพื่อน	6	3.8
อื่น ๆ *	1	0.6
รวม	158	100.0

* หมายถึง ผู้รับผลประโยชน์

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2 พบว่า ครอบครัว/คู่สมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 97 คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ ตนเอง จำนวน 30 คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตัวแทน จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 12.7 เพื่อน จำนวน 6 คิดเป็นร้อยละ 3.8 บริษัท จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 2.5 อื่น ๆ จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	37	28.7
ตัวแทน	65	50.4
ตนเอง	3	2.3
ครอบครัว/คู่สมรส	14	10.9
เพื่อน	10	7.8
รวม	129	100.0

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3 พบว่า ตัวแทนมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 65 คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ บริษัท จำนวน 37 คิดเป็นร้อยละ 28.7 ครอบครัว/คู่สมรส จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 10.9 เพื่อน จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตนเอง จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น

การถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถือ	31	15.5
ไม่ถือ	169	84.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นนอกเหนือจากกรรมสิทธิ์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า ไม่ถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น มากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ ถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ

จำนวนกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ	จำนวนน้อยที่สุด	จำนวนมากที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ (ฉบับ)	1	5	1.33	.72

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์จำนวนกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ พบว่า จำนวนกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ มากที่สุด 5 ฉบับ น้อยที่สุด 1 ฉบับ โดยเฉลี่ยถือกรรมสิทธิ์ 1 ฉบับ

ตาราง 17 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แบบของกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ	จำนวน (กรรมสิทธิ์)	ร้อยละ
ออมทรัพย์	29	93.5
ตลอดชีพ	10	32.3
เฉพาะกาล	5	16.1

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์แบบกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นที่ถือ พบว่า แบบออมทรัพย์มีมากที่สุด จำนวน 29 คิดเป็น 93.5 รองลงมาคือ แบบตลอดชีพ จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 32.3 แบบเฉพาะกาล จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียงบริษัท	11	35.5
การโน้มน้าวใจของตัวแทน	8	25.8
กรรมธรรม์ตรงกับความต้องการ	16	51.6
เพื่อการออมทรัพย์	17	54.8
เพื่อการลงทุน	2	6.5
เพื่อป้องกันความเสี่ยง	17	54.8
เบียดเบียนถูก	7	22.6
นำมรดกหย่อนภาษี	11	35.5
เพิ่มสวัสดิการรักษาพยาบาล	16	51.6

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์สาเหตุที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น พบว่า เพื่อการออมทรัพย์ มากที่สุด มีจำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ เพื่อประกันความเสี่ยง มีจำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 54.8 กรรมธรรม์ตรงกับความต้องการ จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 51.6 เพิ่มสวัสดิการ รักษาพยาบาล จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 51.6 นำมรดกหย่อนภาษี จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 35.5 ชื่อเสียงบริษัท จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 35.5 การโน้มน้าวใจของตัวแทน จำนวน 8 คิดเป็น ร้อยละ 25.8 เบียดเบียนถูก จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 22.6 เพื่อการลงทุน จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยแจกแจงเป็นจำนวนและร้อยละ

ตาราง 19 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ซื้อกรมธรรม์
ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทมีความมั่นคง มีชื่อเสียงดี	6	17.14
ตัวแทนตอบคำถามได้ดี ให้ข้อมูลที่ดี	3	8.57
ตัวแทนบริการดี มีความน่าเชื่อถือ	2	5.71
ตัวแทนไม่ค่อยเอาใจใส่ลูกค้า	3	8.57
ได้รับเอกสาร วารสารจากบริษัทล่าช้า	1	2.86
ติดต่อสะดวก	1	2.86
ตัวแทนไม่มีการติดต่อลูกค้า หายเงิบไปเลย	4	11.43
ใช้ระยะเวลาในการเคลม IPD นานมาก	1	2.86
ใช้ระยะเวลาในการเคลม OPD นานมาก	2	5.71
อยากให้บริษัทคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เอาประกันเป็นหลัก	3	8.57
เงื่อนไขหรือข้อยกเว้นมีมากเกินไป	1	2.86
ต้องการให้มีแบบของกรมธรรม์ให้เลือกมาก ๆ เบี้ยประกันต่ำ	3	8.57
ต้องการให้กรมธรรม์มีผลตอบแทนสูง ๆ	1	2.86
ต้องการให้เพิ่มผลประโยชน์หรือลดเบี้ยประกันสำหรับลูกค้าที่ไม่ เคยเคลมประกันเลย	1	2.86
อยากให้บริษัททำการโฆษณาให้มากขึ้น	2	5.71
แนะนำกรมธรรม์ใหม่ ๆ	1	2.86
รวม	35	100.0

จากตาราง 19 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่า บริษัทมีความมั่นคง มีชื่อเสียงดีมากที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 รองลงมาคือ ตัวแทนไม่มีการติดต่อลูกค้า หายเงินไปเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตัวแทนตอบคำถามได้ดี ให้ข้อมูลที่ดี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ตัวแทนไม่ค่อยเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 อยากให้บริษัทคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เอาประกันเป็นหลัก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ต้องการให้มีแบบของกรมธรรม์ให้เลือกมาก ๆ เบี้ยประกันต่ำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ตัวแทนบริการดี มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ใช้ระยะเวลาในการเคลม OPD นานมาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 อยากให้บริษัททำการโฆษณาให้มากขึ้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ได้รับเอกสาร วารสารจากบริษัทล่าช้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ติดต่อสะดวก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ใช้ระยะเวลาในการเคลม IPD นานมาก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 เงื่อนไขหรือข้อยกเว้นมีมากเกินไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ต้องการให้กรมธรรม์มีผลตอบแทนสูง ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 แนะนำกรมธรรม์ใหม่ ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ต้องการให้เพิ่มผลประโยชน์หรือลดเบี้ยประกันสำหรับลูกค้าที่ไม่เคยเคลมประกันเลย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

เป็นการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน ร้อยละ ดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	75	37.5
หญิง	125	62.5
รวม	200	100.0
2. อายุ		
20-24	18	9.0
25-29	40	20.0
30-34	41	20.5
35-39	30	15.0
40-44	29	14.5
45-49	18	9.0
50-54	12	6.0
55 ปีขึ้นไป	12	6.0
รวม	200	100.0

ตาราง 20 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	9	4.5
พนักงานบริษัท	61	30.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	17.5
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	28.5
อาชีพอิสระ	23	11.5
อื่น ๆ โปรดระบุ	15	7.5
รวม	200	100.0
4. รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	32	16.0
10,001-20,000 บาท	68	34.0
20,001-30,000 บาท	40	20.0
30,001-40,000 บาท	21	10.5
40,001-50,000 บาท	17	8.5
50,001 บาทขึ้นไป	22	11.0
รวม	200	100.0
5. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	16	8.0
มัธยมศึกษา	24	12.0
อนุปริญญา	21	10.5
ปริญญาตรี	122	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	17	8.5
รวม	200	100.0
6. สถานภาพสมรส		
โสด	104	52.0
สมรส ไม่มีบุตร	19	9.5
สมรส มีบุตร 1 คน	18	9.0
สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	45	22.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	14	7.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 เพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 30-34 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือ มีอายุ 25-29 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีอายุ 35-39 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีอายุ 40-44 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีอายุ 45-49 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอายุ 50-54 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อาชีพอิสระ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 30,001-40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 40,001-50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อนุปริญญา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 สมรสไม่มีบุตร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 สมรสมีบุตร 1 คน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

จากตาราง 20 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส มีความแตกต่างทางด้านความถี่ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส มาแบ่งชั้นความถี่ใหม่เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 21

ตาราง 21 แสดงจำนวน และร้อยละ ของการแบ่งชั้นข้อมูลใหม่ของผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
20-29	58	29.0
30-34	41	20.5
35-39	30	15.0
40 ปีขึ้นไป	71	35.5
รวม	200	100.0
2. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	61	30.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	17.5
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	28.5
อาชีพอิสระ	47	23.5
รวม	200	100.0
3. รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	32	16.0
10,001-20,000 บาท	68	34.0
20,001-30,000 บาท	40	20.0
30,001 บาท ขึ้นไป	60	30.0
รวม	200	100.0
4. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	30.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	139	69.5
รวม	200	100.0
5. สถานภาพสมรส		
โสด	104	52.0
สมรส มีบุตรไม่เกิน 1 คน	37	18.5
สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	45	22.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	14	7.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 200 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 44 ปีขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ 20-29 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีอายุ 30-34 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีอายุ 35-39 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 อาชีพอิสระ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 20,001-30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 สมรสมีบุตรไม่เกิน 1 คน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ท่านให้ความสำคัญกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ต่อไปนี้น้อยเพียงใด ถ้าท่านจะตัดสินใจซื้อ กรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	เกณฑ์กำหนด ระดับ ความสำคัญ
ด้านการปฏิบัติของบริษัท			
ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล			
1. ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายและเป้าหมาย	3.90	.84	มาก
2. ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ	4.02	.81	มาก
3. ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน	3.86	.85	มาก
4. การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล	3.83	.89	มาก
5. การรายงานผลปฏิบัติงานตามกฎเกณฑ์แก่ผู้ถือหุ้น	3.65	.87	มาก
6. ความพอเพียงของข้อมูลโดยรวมที่ถูกเปิดเผยแก่ผู้ร่วมลงทุน	3.62	.86	มาก
ผลรวมความโปร่งใส	3.81	.67	มาก
ความเท่าเทียมกัน			
7. การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน	4.10	.90	มาก
8. การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน	4.00	.88	มาก
9. ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน	3.99	.84	มาก
10. การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณา	4.10	.85	มาก
คำสินไหมทดแทน			
ผลรวมความเท่าเทียมกัน	4.04	.76	มาก
ผลรวมด้านการปฏิบัติของบริษัท	3.91	.66	มาก

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	เกณฑ์กำหนด ระดับ ความสำคัญ
<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>			
ความซื่อสัตย์			
1. การเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุก ประการ	4.25	.81	มากที่สุด
2. การที่ตัวแทนนำส่งเบี้ยประกันทันที	4.12	.90	มาก
3. การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก	4.11	.82	มาก
4. การเก็บการรักษาความลับของลูกค้า	4.31	.85	มากที่สุด
ผลรวมความซื่อสัตย์	4.20	.73	มาก
การพัฒนาการ			
5. การนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ๆ	3.87	.88	มาก
6. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ	3.72	.78	มาก
7. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลาย	3.57	.81	มาก
8. การที่ตัวแทนได้รับรางวัลจากบริษัทฯ	3.32	.94	ปานกลาง
9. การปรับตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นของตัวแทน	3.37	.83	ปานกลาง
ผลรวมการพัฒนาการ	3.58	.69	มาก
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา			
10. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อ ซักถาม	4.15	.82	มาก
11. ความรู้ในรูปแบบกรมธรรม์	4.13	.85	มาก
12. การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม	4.15	.88	มาก
ผลรวมความรู้เกี่ยวกับสัญญา	4.14	.79	มาก
ผลรวมด้านคุณลักษณะของตัวแทน	3.91	.57	มาก
<u>ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์</u>			
คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ			
1. การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน	3.86	.77	มาก
2. การตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง	3.91	.77	มาก
3. การถูกโมฆะของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปกปิดความจริง เกี่ยวกับสุขภาพ	3.80	.80	มาก

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	เกณฑ์กำหนด ระดับ ความสำคัญ
ผลรวมค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ	3.85	.67	มาก
เงื่อนไขในกรมธรรม์			
4. ความถูกต้องสมบูรณ์ของกรมธรรม์	4.23	.80	มากที่สุด
5. เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโมฆะแห่งสัญญามีรายละเอียดชัดเจน	4.04	.90	มาก
6. การมีเงื่อนไขพิเศษเกี่ยวกับการใช้กรมธรรม์ค้ำประกันการกู้ยืมเงินจากบริษัทฯ	3.80	.97	มาก
7. การมีเงื่อนไขให้สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับประโยชน์ได้	4.02	.82	มาก
8. เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน	4.12	.89	มาก
ผลรวมเงื่อนไขในกรมธรรม์	4.04	.77	มาก
เอกลักษณ์ในกรมธรรม์			
9. กรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย	3.89	.89	มาก
10. ความสามารถต่ออายุกรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปีหลังจากยกเลิกกรมธรรม์	3.85	.81	มาก
11. สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรมธรรม์เป็นเงินสด	3.93	.95	มาก
12. ความคุ้มครองของกรมธรรม์มีความชัดเจน	4.13	.86	มาก
ผลรวมเอกลักษณ์ในกรมธรรม์	3.96	.74	มาก
ผลรวมด้านรายละเอียดของกรมธรรม์	3.97	.64	มาก

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .66 ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล บริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .67 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อมูลกรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81 รองลงมาคือ ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .84 ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .85 การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .89 การรายงานผล

ปฏิบัติงานตามกฎเกณฑ์แก่ผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .87 ความพอใจเพียงของข้อมูลโดยรวมที่ถูกเปิดเผยแก่ผู้ร่วมลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .86 ตามลำดับ

ความเท่าเทียมกัน มีผลรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .76 ถ้าพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .90 รองลงมาคือ การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .85 การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .88 ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .84 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะของตัวแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 ความซื่อสัตย์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .73 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเก็บรักษาความลับของลูกค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .85 รองลงมาคือ การเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81 การที่ตัวแทนนำส่งเบี้ยประกันทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .90 การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .82 ตามลำดับ

การพัฒนาการ มีผลรวมอยู่ในระดับมาก และปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .88 รองลงมาคือ การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .78 การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81 การปรับตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นของตัวแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .83 การที่ตัวแทนได้รับรางวัลจากบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .94 ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับสัญญา มีผลรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .79 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถามมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .82 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .88 ความรู้ในรูปแบบกรมธรรม์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .85 ตามลำดับ

ด้านรายละเอียดของกรมธรรม์ของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .64 ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .67 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การตรวจสอบสภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .77 รองลงมาคือ การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .77 การถูกโฆษณาของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปกปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .80 ตามลำดับ

เงื่อนไขในกรมธรรม์ มีผลรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .77 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความถูกต้องสมบูรณ์ของกรมธรรม์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .80 รองลงมาคือ เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .89 เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโฆษณาแห่งสัญญามีรายละเอียดชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .90 การมีเงื่อนไขให้สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .82 การมีเงื่อนไขพิเศษเกี่ยวกับการใช้กรมธรรม์ค้ำประกันการกู้ยืมเงินจากบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .97 ตามลำดับ

เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์ มีผลรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .74 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคุ้มครองของกรมธรรม์มีความชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .86 รองลงมาคือ สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรมธรรม์เป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .95 กรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .89 ความสามารถต่ออายุกรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี หลังจากยกเลิกกรมธรรม์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทอื่น

ตาราง 23 แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น

บริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอ ไอ เอ	122	61.0
ไอ เอ็น จี	1	.5
เนชั่นไวต์	4	2.0
กรุงเทพประกันชีวิต	7	3.5
กรุงไทยแอ็กซาร์ต	1	.5
ไทยประกันชีวิต	32	16.0
ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย	3	1.5
เมืองไทยประกันชีวิต	25	12.5
สยามประกันชีวิต	1	.5
ออมสิน	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามถือกรรมธรรม์ของบริษัท เอ ไอ เอ มากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ ไทยประกันชีวิต จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 เมืองไทยประกันชีวิต จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 กรุงเทพประกันชีวิต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 เนชั่นไวต์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ออมสิน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ไอ เอ็น จี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .5 ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนกรรมธรรม์อื่นที่ถือ

จำนวนกรรมธรรม์อื่นที่ถือ	จำนวนน้อยที่สุด	จำนวนมากที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนกรรมธรรม์อื่นที่ถือ (ฉบับ)	1	5	1.33	.72

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ พบว่า จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือมากที่สุด จำนวน 5 ฉบับ น้อยที่สุด จำนวน 1 ฉบับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .72

ตาราง 25 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบกรรมธรรม์ที่ถือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แบบของกรรมธรรม์	จำนวน (กรรมธรรม์)	ร้อยละ
ออมทรัพย์	151	75.5
ตลอดชีพ	55	27.5
เฉพาะกาล	18	9.0
เงินได้ประจำ	6	3.0

จากตาราง 25 แบบกรรมธรรม์ที่ถือ พบว่า แบบออมทรัพย์ มากที่สุด มีจำนวน 151 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 75.5 แบบตลอดชีพ จำนวน 55 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 27.5 แบบเฉพาะกาล จำนวน 18 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 9.0 แบบเงินได้ประจำ จำนวน 6 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนของเบี้ยประกันที่ชำระ

เบี้ยประกันที่ชำระ	จำนวนน้อย ที่สุด	จำนวนมาก ที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
เบี้ยประกันที่ชำระ (บาท)	3,000	70,000	19,364.63	12,953.15

จากตาราง 26 เบี้ยประกันที่ชำระ พบว่า จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระมากที่สุด เท่ากับ 70,000 บาท น้อยที่สุด เท่ากับ 3,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19,364.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12,953.15

ตาราง 27 แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียงบริษัท	64	32.0
การโน้มน้าวใจของตัวแทน	38	19.0
กรรมธรรม์ตรงกับความต้องการ	49	24.5
เพื่อการออมทรัพย์	123	61.5
เพื่อการลงทุน	9	4.5
เพื่อป้องกันความเสี่ยง	68	34.0
เบียดเบียนกันถูก	16	8.0
นำมาลดหย่อนภาษี	36	18.0
เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล	83	41.5
อื่น ๆ *	7	3.5

* หมายถึง เกรงใจญาติ, ไม่เคยทำ, รู้จักตัวแทน, แม่ทำให้, เจ้านายทำให้

จากตาราง 27 สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ พบว่า เพื่อการออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 123 คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล จำนวน 83 คิดเป็นร้อยละ 41.5 เพื่อป้องกันความเสี่ยง จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 34.0 ชื่อเสียงบริษัท จำนวน 64 คิดเป็นร้อยละ 32.0 กรรมธรรม์ตรงกับความต้องการ จำนวน 49 คิดเป็นร้อยละ 24.5 การโน้มน้าวใจของตัวแทน จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 19.0 นำมาลดหย่อนภาษี จำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 18.0 เบียดเบียนกันถูก จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 8.0 เพื่อการลงทุน จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 4.5 อื่น ๆ จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงจำนวน และร้อยละ ของแหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์

แหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	9	4.5
ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน	177	88.5
จดหมายขายตรงจากบริษัท	3	1.5
อื่น ๆ *	11	5.5
รวม	200	100.0

* หมายถึง พ่อ, แม่, ญาติ, คนรู้จัก, เจ้านาย

จากตาราง 28 แหล่งที่ซื้อกรรมกรรม พบว่า ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 บริษัท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 จัดหมายขายตรงจากบริษัท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรม

ระยะเวลาในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	เวลาน้อย ที่สุด	เวลามาก ที่สุด	$\bar{x}$	S.D.
ระยะเวลาในการตัดสินใจ (เดือน)	189	0	38	4.94	7.04

จากตาราง 29 ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรม พบว่า ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมมากที่สุด จำนวน 38 เดือน ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยที่สุด จำนวน 0 เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.04

ตาราง 30 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้รับผลประโยชน์จากกรรมกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บิดา-มารดา	107	53.5
สามี-ภรรยา	47	23.5
บุตร-ธิดา	71	35.5
อื่น ๆ *	19	9.5

* หมายถึง พี่-น้อง, หลาน, ญาติ

จากตาราง 30 ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมกรรม พบว่า บิดา-มารดา มากที่สุด จำนวน 107 คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ บุตร-ธิดา จำนวน 71 คิดเป็นร้อยละ 35.5 สามี-ภรรยา จำนวน 47 คิดเป็นร้อยละ 23.5 อื่น ๆ จำนวน 19 คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	9	4.5
ตัวแทน	16	8.0
ตนเอง	125	62.5
ครอบครัว/คู่สมรส	45	22.5
เพื่อน	4	2.0
อื่น ๆ *	1	0.5
รวม	200	100

* หมายถึง สิทธิประโยชน์

จากตาราง 31 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1 พบว่า ตนเอง มากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ครอบครัว/คู่สมรส จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตัวแทน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 บริษัท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เพื่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	10	7.8
ตัวแทน	23	18.0
ตนเอง	31	24.2
ครอบครัว/คู่สมรส	62	48.4
เพื่อน	1	0.8
อื่น ๆ *	1	0.8
รวม	128	100.0

* หมายถึง เจ้านาย

จากตาราง 32 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2 พบว่า ครอบครัว/คู่สมรส มากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ ตนเอง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตัวแทน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 บริษัท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 เพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท	21	27.3
ตัวแทน	38	49.3
ตนเอง	5	6.5
ครอบครัว/คู่สมรส	9	11.7
เพื่อน	3	3.9
อื่น ๆ *	1	1.3
รวม	77	100

* หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้รับ

จากตาราง 33 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (อันดับ 3) พบว่า ตัวแทนมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ บริษัท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ครอบครัว/คู่สมรส จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตนเอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 เพื่อน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงจำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมความสนใจจะซื้อกรรมธรรม์

ผู้สนใจจะซื้อกรรมธรรม์ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ	17	8.5
ไม่สนใจ	183	91.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 34 พฤติกรรมความสนใจจะซื้อกรรมธรรม์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่สนใจมากที่สุด จำนวน 183 คนคิดเป็นร้อยละ 91.5 รองลงมาคือ สนใจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตาราง 35 แสดงจำนวน และร้อยละ ของแบบกรรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ

แบบกรรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบออมทรัพย์	13	76.5
แบบตลอดชีพ	4	23.5
รวม	17	100.0

จากตาราง 35 แบบกรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ พบว่า แบบออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ แบบตลอดชีพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของเบี้ยประกันที่สามารถชำระได้

เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้	จำนวนน้อย ที่สุด (บาท)	จำนวนมาก ที่สุด (บาท)	$\bar{x}$	S.D.
เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ (บาท)	1,000	50,000	14,580.85	12,807.91

จากตาราง 36 เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ พบว่า จำนวนเงินที่ชำระได้มากที่สุด เท่ากับ 50,000 บาท น้อยที่สุดเท่ากับ 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14,580.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 12,807.91

ตาราง 37 แสดงจำนวน และร้อยละ ของสาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้จำกัด	38	19
เห็นว่าไม่จำเป็น	13	6.5
ผูกพันยาวนาน	16	8
ตัวแทนไม่น่าไว้วางใจ	0	0
ยังไม่มีชนิดประกันที่น่าสนใจ	13	6.5
ผลตอบแทน ประโยชน์ที่ได้รับ	3	1.5
หน่วยงานมีสวัสดิการดีแล้ว	20	10
ครอบครัวมีความมั่นคง	10	5
รายละเอียด ข้อยกเว้น	0	0
มีประกันชีวิตบริษัทอื่นแล้ว	158	81.5
อื่น ๆ *	1	0.5

* หมายถึง ไม่มีตัวแทนมาติดต่อ

จากตาราง 37 สาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า มีประกันชีวิตบริษัทอื่นแล้ว มากที่สุด จำนวน 158 คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมาคือ รายได้จำกัด

จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 19 หน่วยงานมีสวัสดิการดีแล้ว จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 10 ผูกพันยาวนาน จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 8 เห็นว่าไม่จำเป็น จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 6.5 ยังไม่มีชนิดประกันที่น่าสนใจ จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 7.1 ครอบครัวมีความมั่นคง จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 5 ผลตอบแทน ประโยชน์ที่ได้รับ จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.5 อื่น ๆ จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.5 รายละเอียด ข้อยกเว้น จำนวน 0 คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตัวแทนไม่น่าไว้วางใจ จำนวน 0 คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยแจกแจงเป็นจำนวน และร้อยละ

ตาราง 38 แสดงจำนวน และร้อยละ ในด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่มีต่อ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่รู้จักบริษัท	5	22.72
ไม่มีข้อมูลของบริษัท	6	27.27
บริษัทไม่มีเอกภาพ	1	4.55
เป็นบริษัทชั้นนำ	2	9.08
เป็นบริษัทใหม่	2	9.08
บริษัทให้ความคุ้มครองดี	1	4.55
ถ้าไม่ประกันชีวิตกับบริษัทอื่นก็สนใจที่จะทำกับบริษัท	1	4.55
ต้องการให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์มากขึ้น	1	4.55
ปรับเบี้ยประกันให้ถูก คุ้มครองให้มากขึ้น	1	4.55
อยากให้มีการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับอุบัติเหตุ	1	4.55
น่าจะมีประกันสำหรับข้าราชการ เบี้ยประกันถูก เบิก รักษายาบาลอุบัติเหตุได้	1	4.55
รวม	22	100.0

จากตาราง 38 แสดงถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่า ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ไม่มีข้อมูลบริษัท มากที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาคือ ไม่รู้จักบริษัท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.72 เป็นบริษัทชั้นนำ 2 จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 9.08 เป็นบริษัทใหม่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.08 บริษัทไม่มีเอกภาพ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 บริษัทให้ความคุ้มครองดี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 ถ้าไม่ประกันชีวิตกับบริษัทอื่นก็สนใจที่จะทำกับบริษัท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 ต้องการให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรรมธรรม์มากขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 ปรับเบี้ยประกัน ให้ถูก คุ้มครองให้มากขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 อยากให้มีการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับอุบัติเหตุ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 น่าจะมีประกันสำหรับข้าราชการ เบี้ยประกัน ถูก เบิกรักษาพยาบาลอุบัติเหตุได้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สูงสุด สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต แตกต่างกันในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ สมมติฐาน ข้อที่ 1-15 สำหรับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สมมติฐาน ข้อที่ 16-24 สำหรับผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ.ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.

ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.

ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 39

ตาราง 39 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบี้ยประกันกรมธรรม์	เพศ	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	P
ออมทรัพย์ (บาท)	ชาย	27,387.73	27,076.05	1.68	.097
	หญิง	20,632.43	16,259.82		
ตลอดชีพ (บาท)	ชาย	18,986.68	18,653.87	1.09	.287
	หญิง	14,168.97	6,117.64		
เฉพาะกาล (บาท)	ชาย	8,360.00	12,752.58	.97	.369
	หญิง	970.67	861.26		

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า แบบออมทรัพย์มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .097 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .287 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .369 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน

H_a : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 40

ตาราง 40 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	เพศ	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ (เดือน)	ชาย	4.70	6.56	-1.25	.213
	หญิง	8.30	23.74		

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .213 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.3 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรมธรรม์บริษัทอื่นต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรมธรรม์บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรมธรรม์บริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน Chi-square และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – sided Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 41

ตาราง 41 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับการถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น

การถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น	เพศ	ถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น		Chi-square	
		ถือ	ไม่ถือ	χ^2	P
การถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น	ชาย	14	58	1.336	.248
	หญิง	17	111		
	รวม	31	169		

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศกับการถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่น โดยใช้สถิติ Chi-square ในการทดสอบพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .248 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรรมสิทธิ์บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.4 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมสิทธิ์ถือ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมสิทธิ์ถือ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมสิทธิ์ถือ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 42 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ (ฉบับ)	20-29	1.11	.53	.511	.675
	30-34	1.07	.26		
	35-39	1.17	.46		
	40 ปีขึ้นไป	1.22	.95		

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ มีค่า P เท่ากับ .675 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.5 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 43 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบียร์ประกันที่ชำระ บมจ. อยู่ธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบียร์ประกันที่ชำระ	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ออมทรัพย์	20-29	17,759.85	20,067.98	2.734*	.046
	30-34	19,725.00	12,956.50		
	35-39	27,148.33	21,835.95		
	40 ปีขึ้นไป	28,662.09	24,494.48		
ตลอดชีพ	20-29	12,165.04	6,941.08	3.553*	.021
	30-34	14,980.00	4,669.00		
	35-39	12,650.00	5,731.93		
	40 ปีขึ้นไป	24,214.29	19,569.95		
เฉพาะกาล	20-29	7,501.50	14,999.00	.162	.854
	30-34	1,630.00	523.26		
	35-39	5,723.00	5,760.09		
	40 ปีขึ้นไป				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับเบียร์ประกันที่ชำระ บมจ. อยู่ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนเบียร์ประกันที่ชำระแบบออมทรัพย์ มีค่า P เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบียร์ประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

แบบตลอดชีพ มีค่า P เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบียร์ประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แบบเฉพาะกาล มีค่า P เท่ากับ .584 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบียร์ประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่ของแบบออมทรัพย์

อายุ		20-29	30-34	35-39	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	17,759.85	19,725.00	27,148.33	28,662.09
20-29	17,759.85				-10,902.23*
					(.012)
30-34	19,725.00				
35-39	27,148.33				
40 ปีขึ้นไป	28,662.09				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 44 สามารถวิเคราะห์การชำระเบี้ยประกันได้ว่า กลุ่มอายุ 20-29 ปีชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป โดยเฉลี่ย 10,902.23

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่ของแบบตลอดชีพ

อายุ		20-29	30-34	35-39	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	12,165.04	14,980.00	12,650.00	24,214.29
20-29	12,165.04				-12,049.24*
					(.003)
30-34	14,980.00				
35-39	12,650.00				-11,564.29*
					(.042)
40 ปีขึ้นไป	24,214.29				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 45 สามารถวิเคราะห์การชำระเบี้ยประกันได้ว่า กลุ่มอายุ 20-29 ปีชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป โดยเฉลี่ย 12,049.24 และกลุ่มอายุ 35-39 ปี ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป โดยเฉลี่ย 11,564.29

1.6 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานในั้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 46 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
(เดือน)	20-29	4.32	5.94	1.189	.315
	30-34	7.40	11.52		
	35-39	5.43	8.24		
	40 ปีขึ้นไป	10.63	33.01		

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .315 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.7 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 47 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบี้ย ประกันที่ชำระ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ออมทรัพย์	พนักงานบริษัท	23,026.54	22,965.18	.407	.666
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20,808.56	21,118.62		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	25,410.00	16,799.21		
ตลอดชีพ	พนักงานบริษัท	12,442.03	6,593.28	2.242	.117
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19,290.00	21,988.25		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	20,750.00	10,402.64		
เฉพาะกาล	พนักงานบริษัท	2,765.00	4,724.70	15.566	.060
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1,217.33	1,066.96		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	30,000.00	.		

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระแบบออมทรัพย์ มีค่า P เท่ากับ .666 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ มีค่า P เท่ากับ .117 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล มีค่า P เท่ากับ .060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.8 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 48 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ (เดือน)	พนักงานบริษัท	5.34	8.66	1.730	.180
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5.86	7.46		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	11.33	35.43		

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .180 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.9 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 49 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ (ฉบับ)	ไม่เกิน 10,000 บาท	1.03	.18	1.051	.371
	10,001-20,000 บาท	1.08	.27		
	20,001-30,000 บาท	1.19	.66		
	30,001 บาทขึ้นไป	1.24	.95		

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ มีค่า P เท่ากับ .371 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.10 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี.
ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 50 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบี้ย ประกันที่ชำระ	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ออมทรัพย์	ไม่เกิน 10,000 บาท	9,380.90	5,382.82	8.222*	.000
	10,001-20,000 บาท	16,775.23	17,573.96		
	20,001-30,000 บาท	26,704.06	21,072.81		
	30,001 บาทขึ้นไป	31,630.92	23,599.83		
ตลอดชีพ	ไม่เกิน 10,000 บาท	11,835.44	4,728.32	1.647	.191
	10,001-20,000 บาท	13,923.53	5,294.05		
	20,001-30,000 บาท	22,017.73	19,908.84		
	30,001 บาทขึ้นไป	18,082.87	12,033.03		
เฉพาะกาล	ไม่เกิน 10,000 บาท	1,260.00	.	.399	.715
	10,001-20,000 บาท	5,898.00	5,512.60		
	20,001-30,000 บาท	.	.		
	30,001 บาทขึ้นไป	15,825.00	20,046.48		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับเบี้ยประกันที่ชำระ พบว่า จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระแบบออมทรัพย์ มีค่า P เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

แบบตลอดชีพ มีค่า P เท่ากับ .276 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล มีค่า P เท่ากับ .547 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระรายคู่

รายได้		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	$\bar{x}$	9,380.90	16,775.23	26,704.06	31,630.92
ไม่เกิน 10,000 บาท	9,380.90			-17,323.16* (.002)	-22,250.02* (.000)
10,001-20,000 บาท	16,775.23			-9,928.82* (.028)	-14,855.69* (.000)
20,001-30,000 บาท	26,704.06				
30,001 บาทขึ้นไป	31,630.92				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 51 สามารถวิเคราะห์รายได้กับการชำระเบี้ยประกันได้ดังนี้ กลุ่มผู้มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยเฉลี่ย 17,323.16 และชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย 22,250.02 นอกจากนั้นกลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาทชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยเฉลี่ย 9,928.82 และชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย 14,855.69

1.11 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน Chi-square และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – sided Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการ ทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 52

ตาราง 52 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

รายได้	ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น		Chi-square	
	ถือ	ไม่ถือ	χ^2	P
ไม่เกิน 10,000 บาท	2	28	7.431	.059
10,001-20,000 บาท	8	56		
20,001-30,000 บาท	5	38		
30,001 บาท ขึ้นไป	16	47		
รวม	31	169		

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายได้กับการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกันโดยใช้สถิติ Chi-square ในการทดสอบพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญ

1.12 การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 53

ตาราง 53 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการศึกษากับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ.

อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	การศึกษา	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	P
ออมทรัพย์ (บาท)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	20,410.81	15,476.23	-.909	.365
	ปริญญาตรีขึ้นไป	24,053.52	22,663.07		
ตลอดชีพ (บาท)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	26,158.33	20,093.21	2.248*	.045
	ปริญญาตรีขึ้นไป	12,922.88	6,525.02		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษากับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า แบบออมทรัพย์มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .365 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.13 การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 – tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 54

ตาราง 54 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการศึกษากับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรม
ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ระยะเวลาในการ ตัดสินใจซื้อ	การศึกษา	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	P
ระยะเวลาในการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.98	7.98	-.818	.414
ตัดสินใจซื้อ (เดือน)	ปริญญาตรีขึ้นไป	7.64	21.81		

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษากับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า การศึกษา มีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .414 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.14 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_a : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่

แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 55 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

จำนวนเบี้ย ประกันที่ชำระ	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ออมทรัพย์ (บาท)	โสด	20,737.47	18,228.11	1.625	.186
	สมรส ไม่มีบุตร	18,917.00	9,594.78		
	สมรส มีบุตร 1 คน	25,872.73	21,605.29		
	สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	29,589.88	29,671.99		
ตลอดชีพ (บาท)	โสด	13,503.23	5,407.10	2.090	.114
	สมรส ไม่มีบุตร	21,067.30	21,837.24		
	สมรส มีบุตร 1 คน	14,355.56	6,515.00		
	สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	23,671.43	13,499.47		

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระแบบออมทรัพย์ มีค่า P เท่ากับ .186 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ มีค่า P เท่ากับ .068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.15 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้
 H_0 : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 56 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	โสด	4.54	6.19	2.214	.088
(เดือน)	สมรส ไม่มีบุตร	7.88	12.59		
	สมรส มีบุตร 1 คน	6.22	8.61		
	สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	14.08	41.36		

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .088 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.16 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระบริษัทอื่นต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2 - tailed Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 57

ตาราง 57 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระบริษัทอื่น

จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	เพศ	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	P
จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ (บาท)	ชาย	19,931.11	12,997.08	.448	.655
	หญิง	19,040.23	12,972.68		

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศกับจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระบริษัทอื่น โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระมีค่าความน่าจะเป็น (P) มีค่าเท่ากับ .655 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.17 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 58 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น

จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ (บาท)	20-29	14,035.36	10,576.70	5.453*	.001
	30-34	19,396.44	9,423.41		
	35-39	23,821.03	14,810.94		
	40 ปีขึ้นไป	21,946.94	14,349.70		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น พบว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระแบบออมทรัพย์มีค่า P เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่าอายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบอายุกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น

อายุ		20-29	30-34	35-39	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	14,035.56	19,396.44	23,821.03	21,946.94
20-29	14,035.56		-5,360.87*	-9,785.47*	-7,911.37*
			(.045)	(.001)	(.001)
30-34	19,396.44				
35-39	23,821.03				
40 ปีขึ้นไป	21,946.94				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 59 สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นได้ดังนี้ กลุ่มอายุ 20-29 ปีชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่ม 30-34 ปี โดยเฉลี่ย 5,360.87 น้อยกว่ากลุ่ม 35-39 ปี โดยเฉลี่ย 9,785.47 และน้อยกว่ากลุ่ม 40 ปีขึ้นไป โดยเฉลี่ย 7,911.37

1.18 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า $F\text{-Prob. (P)}$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 60 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ พนักงานบริษัท		1.33	.60	1.431	.235
(ฉบับ)	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1.17	.45		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	1.47	.80		
	อาชีพอิสระ	1.28	.88		

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น พบว่าจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ มีค่า P เท่ากับ .235 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.19 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 61 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น

จำนวนเบี้ยประกันที่ ชำระ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนเบี้ยประกันที่ ชำระ (บาท)	พนักงานบริษัท	19,726.17	12,496.09	7.682*	.000
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	12,216.56	6,258.75		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	25,162.76	13,567.88		
	อาชีพอิสระ	17,878.79	13,998.11		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่น พบว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ มีค่า P เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตาราง 62 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพกับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่

อาชีพ	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	กิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	อาชีพอิสระ	
	$\bar{x}$	19,726.17	12,216.56	25,162.76	17,878.79
พนักงาน บริษัท	19,726.17	7,509.61*	-5,436.58*		
		(.005)	(.023)		
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	12,216.56		-12,946.20*	-5,662.23*	
			(.000)	(.047)	
กิจการ ส่วนตัว/ ค้าขาย	25,162.76			7,283.97*	
				(.005)	
อาชีพอิสระ	17,878.79				

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 62 สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่ได้ ดังนี้ อาชีพพนักงานบริษัท ชำระเบี้ยประกันมากกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยเฉลี่ย 7,509.61 แต่น้อยกว่าอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยเฉลี่ย 5,436.58 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจชำระค่าเบี้ยประกันน้อยกว่าอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยเฉลี่ย 12,946.20 และน้อยกว่าอาชีพอิสระ โดยเฉลี่ย 5,662.23 อาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ชำระเบี้ยประกันมากกว่า อาชีพอิสระ โดยเฉลี่ย 7,283.97

1.20 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 63 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ (เดือน)	พนักงานบริษัท	5.40	7.25	.276	.843
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.06	7.35		
	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	5.13	7.66		
	อาชีพอิสระ	4.79	5.74		

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .843 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น

คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.21 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 64 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น

จำนวนกรมธรรม์ที่ถือ	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนกรมธรรม์ที่ถือ	ไม่เกิน 10,000 บาท	1.03	.18	7.034*	.000
(ฉบับ)	10,001-20,000 บาท	1.22	.51		
	20,001-30,000 บาท	1.27	.51		
	30,001 บาทขึ้นไป	1.65	1.04		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่น พบว่าจำนวนกรมธรรม์ที่ถือ มีค่า P เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตาราง 65 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นรายคู่

รายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
$\bar{x}$	1.03	1.22	1.27	1.65
ไม่เกิน 10,000 บาท	1.03			-.62* (.000)
10,001-20,000 บาท	1.22			-.43* (.001)
20,001-30,000 บาท	1.27			-.38* (.008)
30,001 บาทขึ้นไป	1.65			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 65 สามารถวิเคราะห์รายได้กับจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือได้ดังนี้ กลุ่มผู้มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ถือจำนวนกรรมธรรม์น้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย .62 ฉบับ กลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ถือจำนวนกรรมธรรม์น้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย .43 ฉบับ กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ถือจำนวนกรรมธรรม์น้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย .38 ฉบับ

1.22 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 66 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัท

จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	P
จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	ไม่เกิน 10,000 บาท	9,345.14	5,144.29	21.95*	.000
(บาท)	10,001-20,000 บาท	15,590.59	9,945.74		
	20,001-30,000 บาท	21,295.89	9,855.54		
	30,001 บาทขึ้นไป	28,640.46	15,349.90		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัท พบว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระมีค่า P เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตาราง 67 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้กับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่

รายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
$\bar{x}$	9,345.143	15,590.59	21,295.89	28,640.46
ไม่เกิน 10,000 บาท	9,345.143	-6,245.45* (.014)	-11,950.75* (.000)	-19,295.32* (.000)
10,001-20,000 บาท	15,590.59		-5,705.31* (.013)	-13,049.88* (.000)
20,001-30,000 บาท	21,295.89			-7,344.57* (.003)
30,001 บาทขึ้นไป	28,640.46			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 67 สามารถวิเคราะห์รายได้กับเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นรายคู่ได้ดังนี้ กลุ่มผู้มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 10,001 -20,000 บาท โดยเฉลี่ย 6,245.45 ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยเฉลี่ย 11,950.75 ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย 19,295.32 กลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-

20,000 บาท ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่า กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยเฉลี่ย 5,705.31
ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย 13,049.88 กลุ่มผู้มีรายได้
20,001-30,000 บาท ชำระเบี้ยประกันน้อยกว่า กลุ่มผู้มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยเฉลี่ย
7,344.57

1.23 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
บริษัทอื่นแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
บริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทาง
เดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และ
ถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่
แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least
Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 68 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบรายได้กับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกัน
ชีวิตบริษัทอื่น

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ (เดือน)	ไม่เกิน 10,000 บาท	4.32	5.43	.675	.568
	10,001-20,000 บาท	4.39	6.25		
	20,001-30,000 บาท	4.84	7.19		
	30,001 บาทขึ้นไป	6.08	8.60		

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์
ประกันชีวิตบริษัทอื่น พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .568 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น
คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมี
อิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.24 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน

H_a : สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. (P) น้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 69 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ (เดือน)	โสด	4.99	7.07	.263	.769
	สมรส มีบุตรไม่เกิน 1 คน	5.26	6.38		
	สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	4.21	6.73		

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น พบว่า ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่า P เท่ากับ .769 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 2 ความโปร่งใสของบริษัท/การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ เงื่อนไขในกรมธรรม์ เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้สถิติการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) แบบมีขั้นตอน (Stepwise Method) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการแบ่งกลุ่มของผู้ประกันชีวิตออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 กลุ่มผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

กลุ่ม 2 กลุ่มผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

โดยการนำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถิติพรรณนาความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

ตอนที่ 2 สรุปผลการทดสอบตัวแปร

ตอนที่ 3 ผลการจำแนกประเภท

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรอิสระ 3 ส่วนคือ 1) การปฏิบัติของบริษัท ในด้านความโปร่งใส/
การเปิดเผยข้อมูล ความเท่าเทียมกัน 2) คุณลักษณะของตัวแทน ในด้านความซื่อสัตย์ การ
พัฒนาการ ความรู้เกี่ยวกับสัญญา 3) รายละเอียดของกรรมธรรม์ ในด้านค่าแกลง เงินไข เอกสิทธิ์
โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต 2 กลุ่ม
ดังตาราง 70

ตาราง 70 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต 2
กลุ่ม

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มที่ 1		กลุ่มที่ 2	
	ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต		ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล	3.87	.60	3.81	.67
ความเท่าเทียมกัน	4.06	.72	4.05	.75
ความซื่อสัตย์	4.26	.68	4.19	.73
การพัฒนาการ	3.69	.58	3.57	.69
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา	4.16	.71	4.14	.78
ค่าแกลง	4.12	.61	3.85	.67
เงินไข	4.16	.59	4.04	.72
เอกสิทธิ์	4.14	.62	3.93	.79

จากตาราง 70 พบว่า ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล ความเท่าเทียมกัน ความซื่อสัตย์ การพัฒนาการ ความรู้เกี่ยวกับสัญญา ค่าเฉลี่ย เงื่อนไข เอกสิทธิ์ ของกลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 2 สรุปผลการทดสอบตัวแปร

ตาราง 71 ตารางสรุปผลการทดสอบตัวแปร

ตัวแปรอิสระทั้งหมดเรียงตามลำดับที่ใช้ในการวิเคราะห์ Discriminant	ระดับนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าเฉลี่ย		Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients
	F-ratio	Significant level	Function 1
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา	17.696	0.000	-.736
ค่าเฉลี่ย	11.377	0.000	.919
เอกสิทธิ์	9.068	0.000	.523
Eigenvalue			.069
% of variance explained			100.0
Canonical correlation			.254
Wilks' lambda			.936
Significant level of wilks' lambda			.000

จากตาราง 71 สามารถอธิบายผลดังนี้

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทั้งสองกลุ่มที่นำมาทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ F และ Wilks's lambda เมื่อพิจารณาจากค่า Significant level พบว่า ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ของค่าเฉลี่ยของตัวแปร ค่าเฉลี่ย ความรู้เกี่ยวกับสัญญา เอกสิทธิ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถนำมาวิเคราะห์เป็นตัวแปรจำแนกกลุ่มได้ ส่วนตัวแปรที่เหลือไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม จึงไม่สามารถจำแนกประเภทได้

สมการมีค่า Eigenvalues .069 แสดงว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มน้อยกว่าความแตกต่างภายในกลุ่ม ถ้าค่า Eigenvalues มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มมากกว่า

ความแตกต่างภายในกลุ่ม ดังนั้นถ้าค่า Eigenvalues มีค่าสูงแสดงว่า สมการนั้นสามารถจำแนกกลุ่มของตัวแปรตามได้ดี

จากการวิเคราะห์ค่าร้อยละของการผันแปร (Percentage of Variance) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของกลุ่มผู้บริโภครวมกันได้ 100% เนื่องจากเมื่อมี 2 กลุ่มจะมีค่าเป็น 100 เสมอ

ค่าสหสัมพันธ์แคนอนิคอล (Canonical correlation) ของสมการ เท่ากับ .254 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ต่ำแสดงว่าตัวแปรอิสระหรือตัวแปรจำแนก มีความสัมพันธ์กับความเป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่มน้อย

ค่า Wilks' lambda มีค่า .936 แสดงว่าสามารถแบ่งแยกกลุ่มได้ดี และมีความแตกต่างกันระหว่างค่ากลางของกลุ่มผู้บริโภค โดยมีนัยสำคัญต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายถึง ค่ากลางของกลุ่มผู้บริโภคนั้นไม่เท่ากันทั้ง 2 กลุ่ม นั่นคือสมการจำแนกประเภทนี้สามารถนำไปใช้ได้ในการทำนายการเป็นสมาชิกกลุ่มได้

ค่า Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients จะแสดงสัมประสิทธิ์การจำแนกของตัวแปรอิสระแต่ละตัว สามารถสรุปได้ว่า

ค่าของสัมประสิทธิ์การจำแนกกลุ่มผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ -.736 ความรู้เกี่ยวกับสัญญา +.919 ค่าเฉลี่ย +.523 เอกสิทธิ์

จากสมการจะเห็นว่า ค่าเฉลี่ย เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการจำแนก รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับสัญญา และเอกสิทธิ์ ตามลำดับ

ตาราง 72 ผลลัพธ์แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกประเภทเชิงเส้นตรง Classification Function Coefficients

ตัวแปร	เหตุผลในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
(Constant)	-26.89	-24.51
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา	2.61	3.13
ค่าเฉลี่ย	6.40	5.65
เอกสิทธิ์	3.67	3.28

Fisher's linear discriminant functions

จากตาราง 72 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกประเภทเชิงเส้นตรงของ Fisher ซึ่งประกอบด้วยค่าประมาณของฟังก์ชันในการแบ่งกลุ่ม สำหรับ

กลุ่ม 1 กลุ่มผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีค่าสมการเป็น $-26.89 + 2.61$ (ความรู้เกี่ยวกับสัญญา) $+6.40$ (ค่าเฉลี่ย) $+3.67$ (เอกสิทธิ์)....สมการที่ 1

กลุ่ม 2 กลุ่มผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีค่าสมการเป็น $-24.51 + 3.13$ (ความรู้เกี่ยวกับสัญญา) $+5.65$ (ค่าเฉลี่ย) $+3.28$ (เอกสิทธิ์)....สมการที่ 2

โปรแกรมจะใช้สมการที่ 1 และ 2 ในการกำหนดกลุ่มให้กับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต โดยการแทนค่าของตัวแปรอิสระของแต่ละตัวลงในสมการ

ค่าที่ได้จากสมการที่ 1 มากกว่า สมการที่ 2 จะจัดให้อยู่ กลุ่ม 1

ค่าที่ได้จากสมการที่ 1 น้อยกว่า สมการที่ 2 จะจัดให้อยู่ กลุ่ม 2

ตอนที่ 3 ผลการจำแนกประเภท

ตาราง 73 แสดงการทำนายเป็นสมาชิกของกลุ่ม โดยการจำแนกประเภทที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise Method)

กลุ่มสมาชิก	ทำนายการเป็นสมาชิกกลุ่ม				จำนวน
	กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต		กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.ออยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.อยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต	116	58.0	84	42.0	200
กลุ่มที่2 ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.อยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต	83	41.5	117	58.5	200

จากตาราง 73 สมการจำแนกประเภทนี้สามารถทำนายการเป็นสมาชิกกลุ่มได้ถูกต้องร้อยละ 58.3 ซึ่งมีจำนวนสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มที่ 1 คือผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน พยากรณ์ว่าอยู่กลุ่มที่ 1 จำนวน 116 คน คิดเป็นการพยากรณ์ที่ถูกต้องร้อยละ 58.0 พยากรณ์ว่าอยู่กลุ่มที่ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต (กลุ่ม2) จำนวน 84 คน ผิดพลาดไปร้อยละ 42.0

มีจำนวนสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มที่ 2 คือ ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน พยากรณ์ว่าอยู่กลุ่มที่ 2 จำนวน 117 คน คิดเป็นการพยากรณ์ที่

ถูกร้อยละ 58.5 พยากรณ์ว่าอยู่กลุ่มที่เลือกซื้อจำนวน 83 คน ผิดพลาดไปร้อยละ 41.5 สรุปได้ว่าสมการสามารถทำนายการเป็นสมาชิกกลุ่มได้อย่างถูกต้องร้อยละ 58.3

ตาราง 74 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต แตกต่างกัน	
สมมติฐาน ข้อที่ 1.1-1.15 สำหรับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	
1.1 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	
แบบออมทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
แบบตลอดชีพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
แบบเฉพาะกาล	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกัน ชีวิต	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรรมธรรม์ บริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	
แบบออมทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
แบบตลอดชีพ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
แบบเฉพาะกาล	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกัน ชีวิต	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 74 (ต่อ)

สมมติฐาน	ความสอดคล้องกับสมมติฐาน
1.7 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน แบบออมทรัพย์ แบบตลอดชีพ แบบเฉพาะกาล	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.8 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกัน ชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.9 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.10 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ ชำระ บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน แบบออมทรัพย์ แบบตลอดชีพ แบบเฉพาะกาล	สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.11 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือ กรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.12 การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ ชำระ บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน แบบออมทรัพย์ แบบตลอดชีพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.13 การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการ ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.14 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกัน ที่ชำระ บมจ. อัยรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน แบบออมทรัพย์ แบบตลอดชีพ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 74 (ต่อ)

สมมติฐาน	ความสอดคล้องกับสมมติฐาน
1.15 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐาน ข้อที่ 1.16-1.24 สำหรับผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	
1.16 เพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.17 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.18 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.19 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.20 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.21 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.22 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.23 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.24 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่นแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความโปร่งใสของบริษัท/การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท	สอดคล้องโดยได้แก่
ความเท่าเทียมกันของบริษัท ความ เชื่อสัถย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน	1. ความรู้เกี่ยวกับสัญญา
ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ เงื่อนไขในกรรมธรรม์	2. ค่าเฉลี่ย
เอกสารชี้ในกรรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการณ์ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร	3. เอกสิทธิ์

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ผลของการศึกษารังนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน รายละเอียดของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มากที่สุด เพื่อที่จะใช้เป็นจุดขาย นอกจากนั้นยังทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่ควรปรับปรุง เพื่อนำมากำหนดนโยบายของบริษัทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคโดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาถึง การปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน
2. ความโปร่งใสของบริษัท/การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ เงื่อนไขในกรรมธรรม์ เอกสิทธิ์ในกรรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน และผู้บริโภคที่ไม่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน รวม 400 คน โดยจะใช้วิธีการเก็บ 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota) ขั้นที่ 3. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Convenience)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

1. แบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต
2. แบบสอบถามสำหรับผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขั้นที่ 1

ตอนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 6 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 34 ข้อ เพื่อใช้ทดสอบระดับความความคิดเห็น แยกได้ดังนี้

- 1) การปฏิบัติของบริษัทที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 10 ข้อ
- 2) คุณลักษณะของตัวแทนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ
- 3) รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 12 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นที่มีต่อ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขึ้นที่ 2

ตอนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 34 ข้อคำถาม เพื่อใช้ทดสอบระดับความความคิดเห็น แยกได้ดังนี้

- 1) การปฏิบัติของบริษัทที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 10 ข้อ
- 2) คุณลักษณะของตัวแทนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ
- 3) รายละเอียดของกรรมธรรม์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น

โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Choice Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 13 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นที่มีต่อ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ

Secondary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ รวมถึงเอกสารของบริษัทต่าง ๆ ในธุรกิจประกันชีวิตและสถิติข้อมูลต่าง ๆ ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตที่ www.tlaa.org/ และ www.ayudyhacmq.co.th วันที่สืบค้น 23 ธันวาคม 2546. (เวลา 14.20 น.)

ข้อมูลปฐมภูมิ

Primary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม ถึง 31 มิถุนายน 2547 กำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่เวลา 09.00 – 21.00 น. โดยการสอบถามผู้บริโภครู้และไม่รู้ประกันชีวิตกับ บมจ. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต เพื่อให้ตอบแบบสอบถามและคอยรับคืนทันที

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีจัดกระทำกับข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนั้นมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1, ตอนที่ 3 ข้อ 2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12 ตอนที่ 4 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1, ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13, ตอนที่ 4
2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 6, 10 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 2, 4, 7, 12
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) กับแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 1, 3, 6, 10 แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ข้อ 2, 4, 7, 12

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test, Chi-square, (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 2 ความโปร่งใสของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงของกรรมธรรม์ เงื่อนไขของกรรมธรรม์ เอกสิทธิ์ของกรรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Discriminant Analysis เพื่อจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วนำไปทดลองใช้ (Try – Out) กับผู้บริโภคที่ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) โดยในกลุ่มผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ .9352 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการปฏิบัติของบริษัท ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8750 2. ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8357 3. ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8819 ในส่วนกลุ่มผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม

เท่ากับ .9460 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการปฏิบัติของบริษัท ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8174 2. ด้านคุณลักษณะของตัวแทน ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .7967 3. ด้านรายละเอียดของกรรมกรรม ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8835

หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมด มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส ตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า แล้วจึงข้อมูลไปประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package of Social Science) for windows Version 11.0 เพื่อคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษา "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถสรุปได้ 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลสรุปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 2 ผลสรุปด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมกรรม ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 3 ผลสรุปด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 4 ผลสรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ในแต่ละตอนจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ไม่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

**ตอนที่ 1 ผลสรุปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อัยุรยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต**

ตาราง 75 แสดงผลสรุปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อัยุรยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อ จำนวน (คน)	กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อ จำนวน (คน)
1. เพศ		
ชาย	72	75
หญิง	128	125
2. อายุ		
20-29	70	58
40 ปีขึ้นไป	59	71
3. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	105	61
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	52	57
4. รายได้		
10,001-20,000 บาท	64	68
30,001 บาท ขึ้นไป	63	60
5. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	61
ปริญญาตรีขึ้นไป	152	139
6. สถานภาพสมรส		
โสด	102	104
สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน	37	45

จากตาราง 75 สามารถสรุปข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 128 คน รองลงมาก็คือ เพศชายจำนวน 72 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 125 คน รองลงมาก็คือ เพศชายจำนวน 75 คน

อายุ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 70 คน รองลงมาก็คือ อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 71 คน รองลงมาก็คือ มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 58 คน

อาชีพ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 105 คน รองลงมาก็คือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 52 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 61 คน รองลงมาก็คือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 57 คน

รายได้ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 64 คน รองลงมาก็คือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 68 คน รองลงมาก็คือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 60 คน

การศึกษาสูงสุด ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 152 คน รองลงมาก็คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 139 คน รองลงมาก็คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 61 คน

สถานภาพสมรส ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 102 คน รองลงมาก็คือ สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน จำนวน 37 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 104 คน รองลงมาก็คือ สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน จำนวน 45 คน

ตอนที่ 2 ผลสรุปด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของ
กรรมธรรม์ ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตาราง 76 แสดงผลสรุปด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของ
กรรมธรรม์ ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่1 (ผู้ซื้อ)	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่2 (ผู้ไม่ซื้อ)
<u>ด้านการปฏิบัติของบริษัท</u>		<u>ด้านการปฏิบัติของบริษัท</u>	
ความโปร่งใส/การเปิดเผย ข้อมูล		ความโปร่งใส/การเปิดเผย ข้อมูล	
ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมี ปริมาณมากเพียงพอ	มาก	ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมี ปริมาณมากเพียงพอ	มาก
ฐานะทางการเงินที่เปิดเผย ถูกต้องชัดเจน	มาก	ความชัดเจนในการเปิดเผย นโยบายและเป้าหมาย	มาก
<u>ความเท่าเทียมกัน</u>		<u>ความเท่าเทียมกัน</u>	
การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิต ของลูกค้าทุกรายโดยใช้ หลักเกณฑ์เดียวกัน	มาก	การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็น มาตรฐานสากลในการพิจารณา ค่าสินไหมทดแทน	มาก
ความเท่าเทียมกันของการ กำหนดเบี้ยประกัน	มาก	การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือ รายใหญ่เสมอกัน	มาก
การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็น มาตรฐานสากลในการพิจารณาค่า สินไหมทดแทน	มาก		
ผลรวมด้านการปฏิบัติของบริษัท	มาก	ผลรวมด้านการปฏิบัติของบริษัท	มาก

ตาราง 76 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่1 (ผู้ซื้อ)	ปัจจัย	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่2 (ผู้ไม่ซื้อ)
<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>		<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>	
<u>ความซื่อสัตย์</u>		<u>ความซื่อสัตย์</u>	
การเก็บรักษาความลับของลูกค้า	มากที่สุด	การเก็บความรักษาความลับของลูกค้า	มากที่สุด
การเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ	มากที่สุด	การเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ	มากที่สุด
<u>การพัฒนาการ</u>		<u>การพัฒนาการ</u>	
การนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ๆ	มาก	การนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ๆ	มาก
การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ	มาก	การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ	มาก
<u>ความรู้เกี่ยวกับสัญญา</u>		<u>ความรู้เกี่ยวกับสัญญา</u>	
ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม	มาก	ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม	มาก
ความรู้ในรูปแบบกรมธรรม์	มาก	การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม	มาก
การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม	มาก		
ผลรวมด้านคุณลักษณะของตัวแทน	มาก	ผลรวมด้านคุณลักษณะของตัวแทน	มาก

ตาราง 76 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่1 (ผู้ซื้อ)	ปัจจัย	ระดับ ความสำคัญ ของกลุ่มที่2 (ผู้ไม่ซื้อ)
ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์		ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์	
คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและ สุขภาพ		คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและ สุขภาพ	
การตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันใน กรณีวงเงินเอาประกันสูง	มาก	การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของ ผู้ทำประกัน	มาก
การถูกโฆษณาของสัญญาเมื่อผู้ทำ ประกันปกติ	มาก	การตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันใน กรณีวงเงินเอาประกันสูง	มาก
ความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ			
เงื่อนไขในกรรมธรรม์		เงื่อนไขในกรรมธรรม์	
ความถูกต้องสมบูรณ์ของ กรรมธรรม์	มากที่สุด	ความถูกต้องสมบูรณ์ของ กรรมธรรม์	มากที่สุด
เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโฆษณา แห่งสัญญามีรายละเอียดชัดเจน	มาก	เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของ กรรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน	มาก
เอกลักษณ์ในกรรมธรรม์		เอกลักษณ์ในกรรมธรรม์	
ความคุ้มครองของกรรมธรรม์มี ความชัดเจน	มากที่สุด	สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอ เวนคืนกรรมธรรม์เป็นเงินสด	มาก
กรรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณี ขาดส่งเบี้ยประกันภัย	มาก	ความคุ้มครองของกรรมธรรม์มี ความชัดเจน	มาก
ผลรวมด้านรายละเอียดของ กรรมธรรม์	มาก	ผลรวมด้านรายละเอียดของ กรรมธรรม์	มาก

จากตาราง 76 สามารถสรุปปัจจัยด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และ รายละเอียดของกรรมธรรม์ ของผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตได้ดังนี้

ด้านการปฏิบัติของบริษัท

ความโปร่งใส ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตให้ความสำคัญกับฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายและเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ความเท่าเทียมกัน ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตให้ความสำคัญกับการใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การพิจารณาค่าขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ด้านคุณลักษณะของตัวแทน

ความซื่อสัตย์ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาความลับของลูกค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ การเสนอกรรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาความลับของลูกค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ การเสนอกรรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

การพัฒนาการ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบกรรมธรรม์ใหม่ ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบกรรมธรรม์ใหม่ ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือ การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ความรู้เกี่ยวกับสัญญา ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำด้านกรรมธรรม์ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.16 ความรู้ในรูปแบบกรรมธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำด้านกรรมธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม

ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ ผู้ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ การถูกโฆษณาของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

เงื่อนไขในกรรมธรรม ผู้ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความถูกต้องสมบูรณ์ของกรรมธรรม มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือ เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโฆษณาแห่งสัญญาที่มีรายละเอียดชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความถูกต้องสมบูรณ์ของกรรมธรรม มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรรมธรรมมีความแจ่มแจ้งชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

เอกลักษณ์ในกรรมธรรม ผู้ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความคุ้มครองของกรรมธรรมมีความชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ กรรมธรรมมีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรมประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความคุ้มครองของกรรมธรรมมีความชัดเจน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรรมธรรมเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตาราง 77 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อ
การถือกรมธรรม์ บมจ. ออยุธยา อันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน(คน)	200	พฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น เอ ไอ เอ จำนวน (คน)	122
		ไทยประกันชีวิต จำนวน (คน)	32
จำนวนกรมธรรม์ของผู้ซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต		จำนวนกรมธรรม์ของผู้ซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตบริษัทอื่น	
น้อยที่สุด (ฉบับ)	1	น้อยที่สุด (ฉบับ)	1
มากที่สุด (ฉบับ)	5	มากที่สุด (ฉบับ)	5
แบบกรมธรรม์		แบบกรมธรรม์	
ออมทรัพย์	148	ออมทรัพย์	151
ตลอดชีพ	58	ตลอดชีพ	55
เฉพาะกาล	5	เฉพาะกาล	18
จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ		จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ	
ออมทรัพย์		น้อยที่สุด (บาท)	3,000
น้อยที่สุด (บาท)	4,000	มากที่สุด (บาท)	70,000
มากที่สุด (บาท)	150,000		
ตลอดชีพ			
น้อยที่สุด (บาท)	1,243		
มากที่สุด (บาท)	80,000		
เฉพาะกาล			
น้อยที่สุด (บาท)	260		
มากที่สุด (บาท)	30,000		

ตาราง 77 (ต่อ)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อ
สาเหตุในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์		สาเหตุในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์	
เพื่อการออมทรัพย์	124	เพื่อการออมทรัพย์	123
เพื่อป้องกันความเสี่ยง	102	เพื่อป้องกันความเสี่ยง	68
เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล	103	เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล	83
แหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์		แหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์	
ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน	194	ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน	177
บริษัท	5	อื่น ๆ *	11
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ		ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	
กรรมธรรม์		กรรมธรรม์	
น้อยที่สุด (เดือน)	0	น้อยที่สุด (เดือน)	0
มากที่สุด (เดือน)	48	มากที่สุด (เดือน)	38
ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์		ผู้รับผลประโยชน์จากกรรมธรรม์	
บิดา-มารดา	130	บิดา-มารดา	107
บุตร-ธิดา	58	บุตร-ธิดา	71
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ		ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	
อันดับ 1		อันดับ 1	
ตนเอง	149	ตนเอง	125
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ		ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	
อันดับ 2		อันดับ 2	
ครอบครัว/คู่สมรส	97	ครอบครัว/คู่สมรส	62
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ		ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	
อันดับ 3		อันดับ 3	
ตัวแทน	65	ตัวแทน	38
พฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัท		พฤติกรรมความสนใจจะซื้อ	
อื่น		กรรมธรรม์	
ถือ	31	สนใจ	17
ไม่ถือ	169	ไม่สนใจ	183

ตาราง 77 (ต่อ)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อ
จำนวนกรรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ		แบบกรรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ	
น้อยที่สุด (ฉบับ)	1	แบบออมทรัพย์	13
มากที่สุด (ฉบับ)	5	แบบตลอดชีพ	4
แบบกรรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ		เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้	
ออมทรัพย์	29	น้อยที่สุด (บาท)	1,000
ตลอดชีพ	10	มากที่สุด (บาท)	50,000
เฉพาะกาล	5		
สาเหตุที่ถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น		สาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	
เพื่อการออมทรัพย์	17	มีประกันชีวิตบริษัทอื่นแล้ว	158
เพื่อป้องกันความเสี่ยง	17	รายได้จำกัด	38
เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล	16	หน่วยงานมีสวัสดิการดีแล้ว	20

จากตาราง 77 สามารถสรุปพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตได้ดังนี้

การถือกรรมธรรม์ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 200 คน และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรรมธรรม์บริษัท เอ ไอ เอ มากที่สุด จำนวน 122 คน รองลงมาก็คือบริษัทประกันชีวิต จำนวน 32 คน

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรรมธรรม์น้อยที่สุด 1 ฉบับ มากที่สุด 5 ฉบับ และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรรมธรรม์น้อยที่สุด 1 ฉบับ มากที่สุด 5 ฉบับ

แบบกรรมธรรม์ ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรรมธรรม์แบบออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 148 ฉบับ รองลงมาก็คือ แบบตลอดชีพ จำนวน 58 ฉบับ แบบเฉพาะกาล จำนวน 5 ฉบับ และผู้ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรรมธรรม์แบบออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 151 ฉบับ รองลงมาก็คือ แบบตลอดชีพ จำนวน 55 ฉบับ แบบเฉพาะกาล จำนวน 18 ฉบับ

จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ชำระเบี้ยประกันแบบออมทรัพย์ น้อยที่สุด 4,000 บาท มากที่สุด 150,000 บาท แบบตลอดชีพ น้อยที่สุด 1,243 บาท มากที่สุด 80,000 บาท แบบเฉพาะกาล น้อยที่สุด 260 บาท มากที่สุด 30,000 บาท และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ชำระเบี้ยประกันน้อยที่สุด 3,000 บาท มากที่สุด 70,000 บาท

สาเหตุในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์เพื่อการออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 124 รองลงมาคือเพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล จำนวน 103 เพื่อป้องกันความเสี่ยง จำนวน 102 และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 123 รองลงมาคือ เพิ่มสวัสดิการรักษายาบาล จำนวน 83 เพื่อป้องกันความเสี่ยง จำนวน 68

แหล่งที่ซื้อกรมธรรม์ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซื้อกรมธรรม์จากตัวแทน/นายหน้าขายประกัน มากที่สุด จำนวน 194 คน รองลงมาคือ บริษัท จำนวน 5 คน และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซื้อกรมธรรม์จากตัวแทน/นายหน้าขายประกัน มากที่สุด จำนวน 177 คน รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 11 คน

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด 0 เดือน มากที่สุด 48 เดือน และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด 0 เดือน มากที่สุด 38 เดือน

ผู้รับผลประโยชน์จากกรมธรรม์ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มอบผลประโยชน์จากกรมธรรม์ให้บิดา-มารดา มากที่สุด จำนวน 130 รองลงมาคือ บุตร-ธิดา จำนวน 58 และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มอบผลประโยชน์จากกรมธรรม์ให้บิดา-มารดา มากที่สุด จำนวน 107 รองลงมาคือ บุตร-ธิดา จำนวน 71

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1 ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง มากที่สุด จำนวน 149 และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง มากที่สุด จำนวน 125

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2 ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อโดยครอบครัว/คู่สมรส มากที่สุด จำนวน 97 และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์

ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อโดยครอบครัว/คู่สมรส มากที่สุด จำนวน 62

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3 ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อโดยตัวแทน มากที่สุด จำนวน 65 และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อโดยตัวแทน มากที่สุด จำนวน 38

พฤติกรรมการถือกรมธรรม์บริษัทอื่น ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ไม่ถือกรมธรรม์บริษัทอื่น มากที่สุด จำนวน 169 คน รองลงมาคือ ถือกรมธรรม์บริษัทอื่น จำนวน 31 คน

จำนวนกรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรมธรรม์บริษัทอื่นจำนวนน้อยที่สุด 1 ฉบับ มากที่สุด จำนวน 5 ฉบับ

แบบกรมธรรม์บริษัทอื่นที่ถือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือแบบออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 29 แบบตลอดชีพ จำนวน 10 แบบเฉพาะกาล จำนวน 5

สาเหตุที่ถือกรมธรรม์บริษัทอื่น ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ซื้อกรมธรรม์บริษัทอื่นเพื่อการออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 17 รองลงมาคือ เพื่อป้องกันความเสี่ยง จำนวน 17 เพิ่มสวัสดิการรักษาพยาบาล จำนวน 16

พฤติกรรมความสนใจจะซื้อกรมธรรม์ ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ไม่มีความสนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มากที่สุด จำนวน 183 คน รองลงมาคือ มีความสนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 17 คน

แบบกรมธรรม์ที่สนใจจะซื้อ ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ มากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมาคือ แบบตลอดชีพ จำนวน 4 คน

เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความสามารถที่จะชำระได้ค่าเบี้ยประกันน้อยที่สุด เท่ากับ 1,000 บาท มากที่สุด เท่ากับ 50,000 บาท

สาเหตุที่ไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต เนื่องจากมีประกันชีวิตบริษัทอื่นแล้ว มากที่สุด จำนวน 158 รองลงมาคือ รายได้จำกัด จำนวน 38 หน่วยงานมีสวัสดิการดีแล้ว จำนวน 20

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความเห็นว่าเป็น บริษัทที่มีความมั่นคง มีชื่อเสียงดี มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ตัวแทนไม่มีการติดต่อลูกค้า หายเงียบไปเลย จำนวน 4 คน ตัวแทนตอบคำถามได้ดี ให้ข้อมูลที่ดี จำนวน 3 คน ตัวแทนไม่ค่อย เอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 3 คน อยากให้บริษัทคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เอาประกันเป็นหลัก จำนวน 3 คน ต้องการให้มีแบบของกรมธรรม์ให้เลือกมาก ๆ เบี้ยประกันต่ำ จำนวน 3 คน

ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีความเห็นว่ามี ข้อมูลของบริษัทมากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ไม่รู้จักบริษัท จำนวน 5 คน เป็นบริษัทชั้นนำ จำนวน 2 คน เป็นบริษัทใหม่ จำนวน 2 คน

ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สูงสุด สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แตกต่างกัน ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ สมมติฐาน ข้อที่ 1-15 สำหรับผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สมมติฐาน ข้อที่ 16-24 สำหรับผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ.อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน พบว่า

แบบอสมทวิสัย เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่ แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่ แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่ แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.2 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.3 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.4 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน พบว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.5 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน พบว่า

แบบออมทรัพย์ อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

แบบตลอดชีพ อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แบบเฉพาะกาล อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.6 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต่างกัน พบว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.7 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า

แบบออมทรัพย์ อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.8 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.9 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.10 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า

แบบอสมทรีพีย์ รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

แบบตลอดชีพ รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบเฉพาะกาล รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.11 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น ของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์บริษัทอื่นไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญ

1.12 การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน พบว่า

แบบอสมทรีพีย์ การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.13 การศึกษาแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตต่างกัน พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.14 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ บมจ.อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า

แบบอสมทรีพีย์ สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

แบบตลอดชีพ สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.15 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตแตกต่างกัน พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.16 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระบริษัทอื่นต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันชีวิตที่ชำระไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.17 อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นต่างกัน พบว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.18 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นต่างกัน พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.19 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.20 อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทอื่น พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.21 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือบริษัทอื่นแตกต่างกัน พบว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนกรมธรรม์ที่ถือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.22 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อจำนวนเบี้ยประกันที่ชำระบริษัทอื่นแตกต่างกัน พบว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเบี้ยประกันที่ชำระแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.23 รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทอื่นแตกต่างกัน พบว่า รายได้แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

1.24 สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทอื่นแตกต่างกัน พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 2 ความโปร่งใสของบริษัท/การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ความเท่าเทียมกันของบริษัท ความซื่อสัตย์ของตัวแทน การพัฒนาการของตัวแทน ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ เงื่อนไขในกรมธรรม์ เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้สถิติการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการแบ่งกลุ่มของผู้ประกันชีวิตออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 กลุ่มซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

กลุ่ม 2 กลุ่มผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสัญญา คำแถลง เอกสิทธิ์ เป็นปัจจัยที่จำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ได้ว่า เป็นผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเกิด จิระปัทมะ (2543 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษา

เรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจประกันอัคคีภัยโดยไม่ผ่านคนกลาง" พบว่า ผู้เอาประกันมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40 ปี ขึ้นไปอาชีพพนักงานบริษัทรายได้ 10,001-20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มีอายุ 20-29 ปี มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด เป็นลูกค้าที่มีอายุน้อย เป็นคนรุ่นใหม่ ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตกับบริษัทใหม่ หรืออาจมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของบริษัท ซี.พี. ที่ประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จ ในขณะที่ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ส่วนใหญ่จะมีอายุ 40 ปีขึ้นไป ซื้อประกันชีวิตจากบริษัทที่มีชื่อเสียงมายาวนาน

2. จากการวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรมธรรม์ ของผู้ซื้อ/ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ด้านการปฏิบัติของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมากในเรื่อง

ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับข้อมูลกรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของกอบชัย จิมกุล (2541) เรื่องมารู้จักคำว่า Corporate Governance กัน กล่าวว่า บริษัทควรมีการวางหลักการหรือมาตรฐานขั้นต่ำที่ตลาดทุนทั่วโลกจะนำไปใช้คือ ความโปร่งใสของบริษัทที่ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทอย่างเปิดเผยและมากเพียงพอมี การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล และมีการรายงานผลการปฏิบัติงานให้กับผู้ถือหุ้นเนื่องจากผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ต้องการศึกษาถึงฐานะการเงิน การบัญชี ข้อมูลกรมธรรม์ของบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณาในการทำประกันชีวิต และเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการส่งเบี้ยประกันชีวิตตลอดระยะเวลาการคุ้มครองในกรมธรรม์

ความเท่าเทียมกัน ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของกอบชัย จิมกุล (2541) เรื่องมารู้จักคำว่า Corporate Governance กัน กล่าวว่า ความเท่าเทียมกัน คือ การไม่เลือกปฏิบัติแก่ผู้ถือหุ้นไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายเล็กหรือรายใหญ่ ทั้งที่อยู่ในภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นการจัดมาตรฐานหรือความเป็นระเบียบแบบแผนในการ

ให้บริการ ในการพิจารณาคำขอทำประกัน และการพิจารณาค่าสินไหมทดแทนจึงมีความสำคัญเพื่อมิให้ลูกค้าเกิดความรูสึกว่าบริษัทเลือกปฏิบัติกับลูกค้ารายใหญ่มากกว่ารายเล็ก

ด้านคุณลักษณะของตัวแทน โดยรวมอยู่ในระดับมากในเรื่อง

ความซื่อสัตย์ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการเสนอกรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ การที่ตัวแทนนำเสนอเบี้ยประกันทันที การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก การเก็บรักษาความลับของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของเจ.บี. เดอร์เบีย (2514) เรื่องบัญญัติ 10 ประการของตัวแทน กล่าวว่า ตัวแทนจะต้องเป็นคนที่ซื่อสัตย์การเป็นผู้ถือสัตย์โดยไม่เคลื่อนคลอนเป็นยากระดับใหญ่ยิ่งที่สุด สำหรับบุคคลที่ให้ทำงานยาก ๆ ได้สำเร็จ เพราะมันจะคอยส่งเขาและนำชัยชนะมาให้แก่เขา มันเป็นคุณสมบัติประการเดียวเท่านั้นที่เป็นมงกุฎสวมให้แก่ ความพยายามอันดีที่สุดของเขา ฉะนั้นผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมีความประสงค์ที่จะให้ตัวแทนมีความซื่อสัตย์เพื่อรักษาความลับของลูกค้า เสนอกรมธรรม์ด้วยความจริง นำเบี้ยประกันส่งบริษัททันที ซึ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้ตัวแทนประสบความสำเร็จในอาชีพได้

การพัฒนาการ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ใหม่ๆ การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับบทความของสมาคมประกันชีวิตไทย (2535) เรื่องการปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิต กล่าวว่า ตัวแทนจำเป็นที่จะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการขายของตน ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ตัวแทนจำเป็นที่จะต้องเพิ่มพูนประสบการณ์ในการขาย และเพาะบ่มนิสัยในการทำงานเพื่อให้เกิดนิสัยในการทำงานอย่างต่อเนื่องและให้ผลดี แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อ/ไม่ซื้อคำนึงถึงลักษณะการนำเสนอกรมธรรม์ที่หลากหลายน่าสนใจ และความสามารถในการขายของตัวแทนที่ดีขึ้นก็ย่อมจะทำให้เกิดความต้องการซื้อกรมธรรม์

ความรู้เกี่ยวกับสัญญา ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความสามารถในการอธิบายรายละเอียด และการตอบข้อซักถามความรู้ในรูปแบบกรมธรรม์ การให้คำแนะนำด้านกรมธรรม์ที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับบทความของสมาคมประกันชีวิตไทย (2535) เรื่องการปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตกล่าวว่า ตัวแทนจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสัญญาและกรมธรรม์ประกันชีวิตดีพอควร และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบประกันต่าง ๆ อีกทั้งสัญญาเพิ่มเติมต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นจนเกิดความชำนาญ ตัวแทนใหม่จำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับธุรกิจประกันชีวิตให้ดีขึ้นเสมอ และทัศนคติการมองอาชีพประกันชีวิตนี้จำเป็นต้องชัดเจนอีก ทั้งมีทัศนคติต่อแบบประกัน ต่อหน่วยงาน ต่ออาชีพ ต่อบริษัท และต่อตัวเองในเชิงบวก การที่ตัวแทนมีความรู้เกี่ยวกับสัญญาเป็นอย่างดี สามารถตอบข้อซักถามที่ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อ

ได้อย่างละเอียดและเข้าใจ และแนะนำแบบของกรรมธรรม์ที่เหมาะสมให้กับผู้ซื้อจะสามารถขยายกรรมธรรม์ประกันชีวิตได้ง่ายขึ้น

ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์ โดยรวมอยู่ในระดับมากในเรื่อง

คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับการสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน การตรวจสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง การถูกโมฆะของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปกปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของสมาคมประกันชีวิตไทย (2535) เรื่องคำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ กล่าวว่า ผู้เอาประกันต้องแถลงข้อเท็จจริงและการตรวจสุขภาพโดยแพทย์ให้แก่บริษัทผู้รับประกันเพื่อประกอบการพิจารณาค่าเบี้ยประกัน ซึ่งผู้เอาประกันต้องตอบคำถามด้วยความเป็นจริงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ อีกทั้งบริษัทจะมีการตรวจสุขภาพของผู้เอาประกัน ในกรณีที่ทำประกันชีวิตด้วยวงเงินเอาประกันภัยสูงเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงของบริษัทผู้รับประกัน ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตยินดีที่จะเปิดเผยเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพเพื่อประกอบการพิจารณาการทำประกันชีวิต โดยเฉพาะผู้ทำประกันชีวิตที่ต้องการเอาเงินประกันสูงยิ่งต้องมีการตรวจสุขภาพเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างผู้รับประกันกับผู้เอาประกัน

เงื่อนไขในกรรมธรรม์ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับความถูกต้องสมบูรณ์ของกรรมธรรม์ เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโมฆะแห่งสัญญามีรายละเอียดชัดเจน การมีเงื่อนไขพิเศษเกี่ยวกับการใช้กรรมธรรม์ค่าประกันการกู้ยืมเงินจากบริษัท การมีเงื่อนไขให้สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับประกันได้ เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของมุกดา โควกุล (2537) เรื่องเงื่อนไขกรรมธรรม์ กล่าวว่า ความสมบูรณ์ของกรรมธรรม์นั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ บริษัทผู้รับประกันเชื่อถือในคำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพของผู้เอาประกันและได้มีการชำระเงินงวดแรกแล้ว การที่ผู้เอาประกันแถลงข้อความอันเป็นเท็จ หรือรู้อยู่แล้วในข้อความจริงใด แต่ไม่เปิดเผยข้อความจริงนั้นให้บริษัททราบ ซึ่งถ้าบริษัททราบข้อความจริงนั้น อาจเป็นเหตุให้บริษัทบอกปิดไม่ยอมทำสัญญากรรมธรรม์แต่ละฉบับสามารถนำมาขอกู้ยืมเงินจากบริษัท เพื่อการชำระเบี้ยประกันได้โดยมูลค่าของกรรมธรรม์ยังคงต้องมีเหลืออยู่มากเพียงพอต่อการกู้ และสามารถเปลี่ยนผู้รับประกันจากกรรมธรรม์ได้ถ้าผู้รับประกันเป็น บิดา มารดา สามี ภริยา บุตร ธิดา แต่ถ้าผู้รับประกันเป็นบุคคลอื่นจะต้องได้รับความเห็นชอบจากบริษัทผู้รับประกันก่อน

เอกสิทธิ์ในกรรมธรรม์ ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับกรรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย ความสามารถต่ออายุกรรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี หลังจากยกเลิกกรรมธรรม์ สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรรมธรรม์เป็นเงินสด ความคุ้มครองของกรรมธรรม์มีความชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2522) เรื่องเอกสิทธิ์ กล่าวว่า ผู้เอาประกันจะยังคง

ได้รับการคุ้มครองจากกรรมธรรม์ตามปกติภายในระยะเวลาผ่อนผัน 60 วัน นับจากวันครบกำหนดชำระค่าเบี้ยประกัน ในระหว่างการส่งเบี้ยประกันต่อบริษัทในบางครั้งผู้เอาประกันอาจประสบปัญหาทางการเงินคือ ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันได้ผู้เอาประกันมีสิทธิ์ที่จะใช้สิทธิ์ในการผ่อนผันการชำระเบี้ยประกันออกไปได้อีก 30 วัน โดยที่กรรมธรรม์ยังมีผลบังคับอยู่ หรือเมื่อผู้เอาประกันยกเลิกกรรมธรรม์ประกันชีวิตแล้ว ต่อมาในภายหน้ามีความประสงค์ที่จะทำประกันก็ย่อมสามารถติดต่อบริษัทเพื่อขอนำกรรมธรรม์ฉบับเดิมมาคุ้มครองต่อได้ภายใน 5 ปี โดยที่ผู้เอาประกันต้องชำระค่าเบี้ยประกันย้อนหลังบวกกับดอกเบี้ย หรือขยายระยะเวลาในการคุ้มครองกรรมธรรม์ออกไป

3.จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต พบว่า

ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์เพื่อการออมทรัพย์ มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อป้องกันความเสี่ยง เพิ่มสวัสดิการรักษาพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริสุข เบญจวงศ์ (2522 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง "ปัญหาทางการตลาดของการประกันชีวิตประเภทสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ผู้บริโภคเลือกทำประกันชีวิตเพราะเห็นความสำคัญของหลักประกันชีวิตในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนาจจรประเสริฐ (2530 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต" พบว่า เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วคือ ต้องการความมั่นคง ความปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัว

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่แล้วเพื่อต้องการออมทรัพย์ สร้างหลักประกัน สร้างความมั่นคงให้กับชีวิต

แหล่งที่ซื้อกรรมธรรม์ มาจากตัวแทน/นายหน้าขายประกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนาจจรประเสริฐ (2530 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต"พบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่จะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นธุรกิจประกันชีวิตจำเป็นต้องมีตัวแทนเป็นสื่อกลางในการขายประกันชีวิตให้กับผู้บริโภคที่สนใจ

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 1 คือ ตนเอง ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 2 คือ ครอบครัว/คู่สมรส ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อันดับ 3 คือ ตัวแทน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีสุกิจ อำนาจจรประเสริฐ (2530 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต" พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่ทำประกันชีวิตที่เป็นโสด คือ ญาติพี่น้อง ส่วนผู้บริโภคที่แต่งงานแล้วคือ คู่สมรส และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Berkowitz.; Kerin.; Hartley.; & Rudelius. (1997). กล่าวว่า กลุ่มครอบครัวมีผลทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งการตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับวงจรชีวิต

ครอบครัว เช่นถ้าอยู่ในวัยหนุ่มสาว บิดา มารดา จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ถ้าหากอยู่ในสถานะที่มีครอบครัวสามี หรือ ภรรยา จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตนอกจากตนเองแล้ว สมาชิกในครอบครัว มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ถือกรมธรรม์บริษัท เอ ไอ เอ มากที่สุด รองลงมาคือ ไทยประกันชีวิต โดยถือกรมธรรม์ ถือแบบออมทรัพย์ มากที่สุด 151 ฉบับ แบบตลอดชีพ 55 ฉบับ แบบเฉพาะกาล 18 ฉบับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยะ เบญจวงศ์ (2522 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาทางการตลาดของการประกันชีวิตประเภทสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร” แบบประกันที่ผู้ใช้บริการมากที่สุดคือ แบบสะสมทรัพย์ และส่วนใหญ่ใช้บริการของ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด ผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อจากชื่อเสียงของบริษัท ความมั่นคง ความเชื่อมั่น หรือการที่บริษัท เอ ไอ เอ ก่อตั้งกิจการมาเป็นเวลานาน

ผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สนใจที่จะซื้อกรมธรรม์จาก บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำนวน 17 ราย จาก 200 ราย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนาจวรประเสริฐ (2530 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต” พบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตแล้วส่วนใหญ่ยังไม่คิดจะซื้อกรมธรรม์เพิ่มเพราะว่ายังไม่มีมีความจำเป็นที่จะต้องซื้อเพิ่ม

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่ซื้อประกันชีวิตแล้วส่วนใหญ่จะไม่ซื้อประกันชีวิตเพิ่ม ยกเว้นเสียแต่ผู้ที่มีรายได้สูงหรือต้องการเพิ่มหลักประกันชีวิตจะตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพิ่ม

4. การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกับการทดสอบสมมติฐาน

ความรู้เกี่ยวกับสัญญาของตัวแทน เงื่อนไขในกรมธรรม์ เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์ สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจเรข สุวรรณเนตร (2539 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ทัศนคติที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อประกันชีวิต คือ 1. ความมั่นคงของบริษัทว่ามีรากฐานที่มั่นคง และน่าเชื่อถือ 2. ความพอใจในผลประโยชน์และเงื่อนไขที่เกี่ยวกับเงินปันผล ความคุ้มครองที่บริษัทมอบให้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญเกิด จิระปัทมะ (2543 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจประกันอสังหาริมทรัพย์โดยไม่ผ่านคนกลาง” พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับการทำประกันอสังหาริมทรัพย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การบริการของบริษัท ทั้งก่อนและหลังการขาย ความมั่นคง ชื่อเสียงบริษัท ความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขในกรมธรรม์ ระดับราคาเบี้ยประกันภัย โดยระดับราคาเบี้ยประกันภัยที่ถูกที่สุด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของชูศักดิ์ บัวแก้วและสุณี กุลตระวุฒิ (2541 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ลักษณะการทำประกันชีวิต และการทำวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ใช้พิจารณาการเลือกบริษัทประกัน คือ

ความมั่นคงของบริษัท รองลงมาคือ ภาพพจน์ด้านคุณภาพของการบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท และปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญคือ สัญชาติของบริษัท ผู้บริหารของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อายุของบริษัท เงินกองทุนของบริษัท พนักงานผู้เชี่ยวชาญ และการลดค่าเบี้ยประกันให้เป็นพิเศษ

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตจากปัจจัย 3 ด้านคือ ค่าแถม ความรู้เกี่ยวกับสัญญา เอกสิทธิ์ เป็นหลัก และได้คำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ชื่อเสียงบริษัท ความน่าเชื่อถือ ฐานะการเงิน สัญชาติของบริษัท ตัวแทนที่มาขายประกัน ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากกรมธรรม์ เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ เป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อหรือรองลงมา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด ดังนั้นบริษัทควรทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นกลุ่มหลัก ทำการนำเสนอรูปแบบของกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทำการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านสื่อโฆษณาทั้งระดับชาติ ระดับท้องถิ่น การเจาะเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing) และควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่

2. ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมีความเห็นว่าบริษัททำการโฆษณาผ่านสื่อน้อยเกินไป อีกทั้งผู้ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ไม่รู้จักบริษัท ไม่มีข้อมูลของบริษัท ดังนั้นบริษัทควรใส่ใจในการทำ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ชื่อเสียงของบริษัท การให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัทให้มากที่สุดกับผู้บริโภคทั่วไป ทั้งผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต และกับผู้บริโภคที่ยังไม่มีกรมธรรม์ประกันชีวิตเลย โดยเน้นไปยังผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีตามลำดับ

3. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตต้องการศึกษาถึงข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ดังนั้นบริษัทควรมีการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในเรื่องฐานะการเงิน การบัญชี ข้อมูลของกรมธรรม์ ที่เกี่ยวกับบริษัทด้วยความโปร่งใส เป็นจริงเพื่อที่จะให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาถึงรายละเอียดของบริษัท ก่อนทำการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่ต้องการให้บริษัทเลือกปฏิบัติกับลูกค้า ดังนั้นบริษัทควรปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็ก รายใหญ่ ให้มีความเสมอภาคเท่าเทียมกันไม่ว่าผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจะชำระเบี้ยประกันมาก-น้อยเพียงใด อีกทั้งควรมีกฎเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานในการพิจารณาคำขอทำประกันชีวิต การกำหนดเบี้ยประกันชีวิต การใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน

5. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความสำคัญในด้านเงื่อนไขของกรมธรรม์อยู่ในระดับมาก ดังนั้นบริษัทควรมีการบอกกล่าวในเงื่อนไขของการยกเลิกกรมธรรม์ หรือเงื่อนไขในการใช้

กรรมธรรม์คำประกันการกู้ยืมเงิน รวมถึงเงื่อนไขที่สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับผลประโยชน์ เพื่อให้ผู้ซื้อประกันทราบถึงเงื่อนไขที่สามารถปฏิบัติได้

6. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความสำคัญในด้านเอกลักษณ์ของกรรมธรรม์อยู่ในระดับมาก บริษัทควรมีการแจ้งให้ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตทราบถึงเอกลักษณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ซื้อจะมีสิทธิ์ที่จะได้รับจากกรรมธรรม์ เมื่อผู้ซื้อกรรมธรรม์ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันได้ผู้ซื้อจะมีสิทธิ์ที่จะปฏิบัติตนอย่างไรกับกรรมธรรม์ มิใช่ว่าถ้าผู้เอาประกันไม่สามารถชำระเบี้ยประกันได้ก็ต้องยกเลิกกรรมธรรม์ทันที

7. ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความเห็นว่าบริษัทใช้ระยะเวลาในการพิจารณาการเคลมประกันแบบ IPD และ OPD นานมาก ดังนั้นบริษัทควรพัฒนาความรวดเร็วในการเคลมประกันแบบ IPD และ OPD

8. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความสำคัญในด้านของความซื่อสัตย์ในระดับมาก ดังนั้น ตัวแทนควรมีความซื่อสัตย์ในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงกับลูกค้าโดยไม่ปิดบังในสาระสำคัญของกรรมธรรม์ และมีการแนะนำกรรมธรรม์ที่เหมาะสมกับผู้ซื้อมากที่สุด

9. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความสำคัญในด้านของการพัฒนาการในระดับมาก ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตควรมีการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองให้สูงขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ศึกษาถึงรูปแบบกรรมธรรม์ใหม่ ๆ ที่บริษัทนำเสนอสู่ผู้บริโภค หรือมีการพัฒนาการเสนอขายกรรมธรรม์ต่อลูกค้าให้มีความน่าสนใจ อธิบายถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากกรรมธรรม์

10. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตให้ความสำคัญในด้านของความรู้เกี่ยวกับสัญญาในระดับมาก ดังนั้นตัวแทนควรที่จะมีความรู้เกี่ยวกับสัญญาให้มากที่สุด เพื่อกรรมธรรม์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละราย อีกทั้งต้องสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

11. ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตมีความต้องการให้ตัวแทนเอาใจใส่ ดูแล ลูกค้าที่ตนได้ขายกรรมธรรม์ไปแล้วในเรื่องการติดต่อกลับมา รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้นตัวแทนควรเอาใจใส่กับลูกค้าให้มากขึ้น เช่นมีการติดต่อกลับไปหาลูกค้าที่ตนขายกรรมธรรม์ไปแล้ว เพื่อการติดต่อในการรักษาสัมพันธ์ในการถือกรรมธรรม์ และเพื่อการติดต่อเคลมประกันทั้ง IPD และ OPD อีกทั้งเป็นการเสนอขายกรรมธรรม์ใหม่ ๆ กับลูกค้าเดิม

12. ผู้ซื้อ/ไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับ คำแถลง ความรู้เกี่ยวกับสัญญา เอกสิทธิ์ ดังนั้น บริษัทควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ในเรื่องรูปแบบของกรรมธรรม์ให้มาก แนะนำกรรมธรรม์ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย สามารถอธิบายความแตกต่างของกรรมธรรม์ในแต่ละแบบ ตอบข้อซักถามให้กับผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทควรสอบถามเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพของผู้ทำประกันในละเอียดถี่ถ้วนก่อนการรับประกัน เพื่อมิให้เกิดข้อพิพาทอันเป็นเหตุให้เกิดการโมฆะแห่งสัญญา และควรจะบอกกล่าวกับเอกลักษณ์ของผู้เอาประกันว่าสามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรรมธรรม์เป็นเงินสด สามารถต่ออายุกรรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี หลังจากยกเลิกกรรมธรรม์ หรือเมื่อครบกำหนดชำระเงิน

แล้วแต่ผู้เอาประกันยังมีได้ชำระเงินค่าเบี้ยประกันแต่กรรมธรรม์ก็ยังคงมีผลบังคับอยู่ และรายละเอียดหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ควรแจ้งไว้ในกรรมธรรม์ให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการณ์ถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ถึงสาเหตุในการยกเลิกกรรมธรรม์ว่ามาจากสาเหตุใด
2. ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ซื้อกรรมธรรม์ที่มีต่อบริษัท และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการหลังการขายกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีต่อตัวแทน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กอบชัย ฉิมกุล. (2541, ตุลาคม – ธันวาคม). มารู้จักคำว่า Corporate Governance กัน.
 บรรณสารปริทัศน์. ปีที่ 8 (ฉบับที่ 2)
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5.
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2545). หลักสถิติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจนา แสมขาว, นาฏยา ไส้สูงาลัย, อารีย์ อังคลากรณ์กุล, วราวรรณ เวชท์สดี, งามทิพย์ พิษ
 พชนะในทูลย์ และ ชัชวาล วลีหาสุวรรณ. (2533). ทศนคติของผู้เอาประกันภัยและผู้
 ประอบการที่มีต่ออัตราเบี้ยประกันภัยและแบบการประกันภัย
- การประกันชีวิตช่วยเศรษฐกิจและสังคม . (2540, 7 กรกฎาคม). ปราสาทสังข์ฉบับเศรษฐกิจ
 วิเคราะห์. ปีที่ 15 (ฉบับที่ 7) : 26 – 33
- จันทรา ดำนกวาศ์ (2536). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อทัศนคติการทำประกันชีวิตของ
 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.
- เจ บี เดอร์เยีย. (2514). วิธีขายประกันชีวิต. กรุงเทพฯ: แพร์พิทยา
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2523). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- ชูศักดิ์ บัวแก้ว, สุณี กุลตระกูล. (2541). ลักษณะการทำประกันชีวิต และการทำวินาศภัยของ
 ผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2540). กฎหมายว่าด้วยประกันภัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: นิติ
 ธรรม
- (2536). ย่อหลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
 นิติธรรม
- ณรงค์ฤทธิ์ ประเสริฐศิลป์; วรเทพ วินิจธรรมกุล; จิรินทร์ บุญเร่ง; สมบัติ บุญญาวาณิช; และ
 บรรยง เรียงวัฒนสุข. (2545). ทศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการทำประกัน
 ชีวิต. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทัศนีย์ ศรีกัลยา. (2538). ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ
 ทำประกันชีวิต. ปรินญาณพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนคริน-
 ทรวโรฒ.
- ทำไมต้องซื้อประกันชีวิต. (2545, 3 มิถุนายน). วิทยาจารย์. ปีที่ 99 (ฉบับที่ 3) : 40 - 43
- เทคนิคการเลือกซื้อกรมธรรม์. (2545, มกราคม). การเงินธนาคาร. ปีที่ 21 (ฉบับที่ 237) :

- นภาพร เรืองสกุล; และ อรวรรณ ศรีอุดม. (2533). *ความเป็นอยู่ที่ดีเมื่อมีประกันภัย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: กรมการศาสนา
- บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต. (2546). *ประวัติบริษัท*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.ayudhyacmg.co.th> วันที่สืบค้น 23 ธันวาคม 2546. (เวลา 14.20 น.)
- บุญเกิด จิระปัทมะ. (2543). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจประกันอัคคีภัยโดยไม่ผ่านคนกลาง*. ภาคนิพนธ์. ส.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ประกันชีวิต 2001. (2542). *นิตยสารสำหรับคนประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ: เดอะแรปปิดพรีนซ์
- บุญญา ผิวแดง. (2545). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยาอลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พงษ์พิช เพชรสกุลวงศ์. (2545, มีนาคม – เมษายน). *ทำไมต้องทำประกันชีวิต*. แม่โจ้ปริทัศน์. ปีที่ 3 (ฉบับที่ 2) : 49 - 54
- พินดา สุขจิระ และคณะ. (2531). *ทัศนคติของลูกจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต*.
- พรนิภา ชีพสวัสดิภาพ; กรอกแก้ว สุขสมบูรณ์; สุภรัช โพธิ์ถาวร; เสาวคนธ์ ก้องขจร; และ ปลื้มจิตต์ เนี่ยววงศ์ศักดิ์. (2544). *ทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อการทำประกันชีวิตกรณีศึกษา : ประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม*. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรรณภา วรกลัป. (2545, มิถุนายน). *ประกันชีวิตไทยเรงร่าหดหอย่นถึง 5 หมื่น*. ดอกเบี๋ย. ปีที่ 21 (ฉบับที่ 252) : 93 - 97
- พระราชบัญญัติประกันชีวิต. (2535, 12 ธันวาคม). รัฐสภาสาร. ปีที่ 40 (ฉบับที่ 12) : 51 - 87
- พิภพ จีงวัฒนาวงศ์. (2544, กุมภาพันธ์ – มีนาคม). *สบ.สาร*. ปีที่ 22 (ฉบับที่ 228) : 11-12
- พิสมัย อัสวากิจวิ. (2528). *การจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ภัทรกร ดุพัสกุล. (2543). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคนครหลวง 4. ภาคนิพนธ์*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2522). *หลักการประกันภัย หน่วยที่ 1 – 8*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2537). เอกสารการสอนชุดวิชา การประกันชีวิต 1 หน่วยที่ 1 – 8 สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- (2537). เอกสารการสอนชุดวิชา การประกันชีวิต 1 หน่วยที่ 9 – 15 สาขาวิชา วิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- มาลินี เชษฐโชติศักดิ์ (2534). ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- มุกดา โคเวทกุล. (2537). การประกันภัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สยามเดชั่นเนอร์ชีพพลายส์
- รจเรข สุวรรณเนตร. (2539). ทศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
- รสนันท์ เจ๊ะโห๊ะ. (2543). ทศนคติของผู้ถือกรมธรรม์ต่อการประกันชีวิต : กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด สาขายะลา. ภาคนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วันชัย เกิดโภคทรัพย์. (2535). ขยายแบบแชมป์โลก. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ดอกเบี๋ย
- วุฒิชัย สุนทรสมัย. (2534). ปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์ ส.ม.กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. (2530). การศึกษาความเห็นของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ ไชยสุรยگانต์. (2541). พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สนธิยา ชูจร. (2546). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทอยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมจิตต์ มารัตนชัย. (2540). การวิเคราะห์ความเสี่ยงของการเลือกใช้บริษัท ประกันภัย กรณี ศึกษา บริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด. ประเภทกันวินาศภัย. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2535). คู่มือตัวแทนประกันชีวิต. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ตีรณสาร.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2546). สถิติกรมธรรม์รายใหม่. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.tlaa.org/> วันที่สืบค้น 23 ธันวาคม 2546. (เวลา 13.35 น.)

- สระเพ็ญ เหมม้น. (2540). **ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในการประกันชีวิต**. ภาคนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2537). **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทางสังคมและพฤติกรรมศาสตร์: หลักการวิธีการและการประยุกต์**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สุชาย ศรีรุ่งเรืองจิต. (2524). **พฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุธรรม พงศ์สำราญ; พิงใจ พิงพานิช; และ วิรัช ณ สงขลา. (2542). **หลักการประกันชีวิต**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- สุริยะ เบญจวงศ์ (2522). **ปัญหาทางการตลาดของการประกันชีวิตประเภทสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อกินันท์ จันตะนี. (2538). **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: วี.เจ. พรินต์ติ้ง
- อรรถพล พิบูลธนพัฒนา. (2545). **หลักการในเรื่องความพอเพียงของเงินทุนและความมั่นคงของบริษัทประกันภัย**. กรุงเทพฯ: กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์
- อัมพันธ์ เอ็มอัม. (2538). **การศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัมภินี ตรีสุภิญโญ. (2545). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นตัวแทนประกันชีวิตของตัวแทนบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด มหาชน (เอ ไอ เอ)**. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เอไอเอโต 1% เสียแชมป์ให้เอเอซีพีประวัติศาสตร์หน้าใหม่ประกันชีวิต. (2546,11 สิงหาคม). กรุงเทพฯธุรกิจ. หน้า 9.
- Berkowitz.; Kerin.; Hartley.; & Rudelius. (1997). **Marketing**. 5th ed. Irwin McGraw-Hill.
- Futrell Charles. (1993). **Fundamental of Selling**. 4th ed.. Richard D. Irwin.
- Keegan Warren J.; Moriarty Sandra E.; & Dumcan Thomas R. (1995). **Marketing**. 2nd ed. Prentice Hall. International Editions.
- Kotler Philip.; Armstrong Gary. (1993). **Marketing an Introduction**. 3th ed. Prentice – Hall. International Edition.
- Kotler Philip.; et al. (1999). **Marketing Management an asian perspective**. 2nd ed. Prentice Hall. Singapore.

- Kotler Philip. (2000). **Marketing Management.** The Millennium Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Loudon L. David.; & Bitta Albert J. Della. (1988). **Consumer Behavior Concepts and Applications.** 4th ed. Mc Graw-Hill.
- Ros Jay. (1998). **Profitable Direct Marketing.** Thomson Business Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำปริญญาโท ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งหัวข้อเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตของผู้บริโภค

ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย แต่จะนำมาใช้ในการประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น ข้อมูลจากท่านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิจัย หากขาดข้อมูลในส่วนนี้การวิจัยในครั้งนี้ก็ไม่อาจจะสำเร็จลุล่วงได้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัย

แบบสอบถามชุดที่ ☐☐☐

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20 – 24 ปี☐ 25 - 29 ปี☐ 30 - 34 ปี☐ 35 – 39 ปี☐ 40 – 44 ปี☐ 45 – 49 ปี☐ 50 – 54 ปี☐ 55 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ นิสิต/นักศึกษา☐ พนักงานบริษัท☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย☐ อาชีพอิสระ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้

☐ ไม่เกิน 10,000 บาท☐ 10,001 – 20,000 บาท☐ 20,001 – 30,000 บาท☐ 30,001 - 40,000 บาท☐ 40,001 - 50,000 บาท☐ 50,001 บาทขึ้นไป

5. การศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่า ม. ปลาย☐ ม. ปลาย☐ อนุปริญญา☐ ปริญญาตรี☐ สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพสมรส

☐ โสด☐ สมรส ไม่มีบุตร☐ สมรส มีบุตร 1 คน☐ สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือด้านการปฏิบัติของบริษัท ด้านคุณลักษณะของตัวแทน และด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์ ท่านเห็นว่าปัจจัยย่อยในแต่ละด้านต่อไปนี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ของท่านมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการปฏิบัติของบริษัท</u>					
ความโปร่งใส					
1. ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายและเป้าหมาย					
2. ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมากเพียงพอ					
3. ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน					
4. การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล					
5. การรายงานผลปฏิบัติงานตามกฎหมายแก่ผู้ถือหุ้น					
6. ความพอเพียงของข้อมูลโดยรวมที่ถูกเปิดเผยแก่ผู้ร่วมลงทุน					
ความเท่าเทียมกัน					
7. การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่เสมอกัน					
8. การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน					
9. ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ยประกัน					
10. การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลในการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>					
ความซื่อสัตย์					
1. การเสนอกรรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ					
2. การที่ตัวแทนนำส่งเบี้ยประกันทันที					
3. การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก					
4. การเก็บการรักษาความลับของลูกค้า					
<u>การพัฒนากการ</u>					
5. การนำเสนอรูปแบบกรรมธรรม์ใหม่ๆ					
6. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ					
7. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลาย					
8. การที่ตัวแทนได้รับรางวัลจากบริษัทฯ					
9. การปรับตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นของตัวแทน					
<u>ความรู้เกี่ยวกับสัญญา</u>					
10. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม					
11. ความรู้ในรูปแบบกรรมธรรม์					
12. การให้คำแนะนำด้านกรรมธรรม์ที่เหมาะสม					
<u>ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์</u>					
<u>คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ</u>					
1. การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน					
2. การตรวจสอบสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. การถูกโฆษณาของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปกปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ					
เงื่อนไขในกรมธรรม์					
4. ความถูกต้องสมบูรณ์ของกรมธรรม์					
5. เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโฆษณาแห่งสัญญา มีรายละเอียดชัดเจน					
6. การมีเงื่อนไขพิเศษเกี่ยวกับการใช้กรมธรรม์ คำประกันการกู้ยืมเงินจากบริษัทฯ					
7. การมีเงื่อนไขให้สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับประกันได้					
8. เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน					
เอกสิทธิ์ในกรมธรรม์					
9. กรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย					
10. ความสามารถต่ออายุกรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี หลังจากยกเลิกกรมธรรม์					
11. สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรมธรรม์เป็นเงินสด					
12. ความคุ้มครองของกรมธรรม์มีความชัดเจน					

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

1. ท่านถือกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต.....ฉบับ

2. ท่านถือกรมธรรม์แบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ แบบออมทรัพย์

☐ แบบตลอดชีพ

☐ แบบเฉพาะกาล

☐ แบบเงินได้ประจำ

3. เบี้ยประกันที่ท่านชำระ

- ☐ แบบออมทรัพย์.....บาท/ปี
- ☐ แบบตลอดชีพ.....บาท/ปี
- ☐ แบบเฉพาะกาล.....บาท/ปี
- ☐ แบบเงินได้ประจำ.....บาท/ปี

4. สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต มาจากสาเหตุใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ชื่อเสียงของบริษัท ☐ การโน้มน้าวใจของตัวแทน
- ☐ กรมธรรม์ตรงกับความต้องการ ☐ เพื่อการออมทรัพย์
- ☐ เพื่อการลงทุน ☐ เพื่อป้องกันความเสี่ยง
- ☐ เบี้ยประกันถูก ☐ เบี้ยประกันสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้
- ☐ ต้องการเพิ่มสวัสดิการในการรักษาพยาบาลให้กับตนเอง
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากใคร

- ☐ บริษัท ☐ ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน
- ☐ จดหมายขายตรงจากบริษัท ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์นานแค่ไหน.....ปี เดือน

7. ผู้รับประโยชน์จากกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่านคือใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ บิดา - มารดา ☐ สามี - ภรรยา
- ☐ บุตร - ธิดา ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

8. ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (โปรดเรียงลำดับ 1 คือ มาก, 2 คือ ปานกลาง, 3 คือ น้อย)

- ☐ บริษัท ☐ ตัวแทน
- ☐ ตนเอง ☐ ครอบครัว/คู่สมรส
- ☐ เพื่อน ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านถือกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทอื่นหรือไม่

- ☐ ถือ โปรดระบุชื่อบริษัท.....
- ☐ ไม่ถือ (ข้ามไปตอบตอนที่ 4)

10. ท่านถือกรมธรรม์ของบริษัทอื่น.....ฉบับ

11. ท่านถือกรมธรรม์ของบริษัทอื่นแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ แบบออมทรัพย์ ☐ แบบตลอดชีพ
- ☐ แบบเฉพาะกาล ☐ แบบเงินได้ประจำ

12. ท่านซื้อประกันชีวิตกับบริษัทที่ท่านถืออยู่มาจากสาเหตุใด

- | | |
|---|--|
| ☐ ชื่อเสียงของบริษัท | ☐ การโน้มน้าวใจของตัวแทน |
| ☐ กรมธรรม์ตรงกับความต้องการ | ☐ เพื่อการออมทรัพย์ |
| ☐ เพื่อการลงทุน | ☐ เพื่อป้องกันความเสี่ยง |
| ☐ เบี้ยประกันถูก | ☐ เบี้ยประกันสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ |
| ☐ ต้องการเพิ่มสวัสดิการในการรักษาพยาบาลให้กับตนเอง | |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*****ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้*****

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรณีถือกรรมธรรม์บริษัทอื่น

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำปริญญานิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งหัวข้อเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตของผู้บริโภค

ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย แต่จะนำมาใช้ในการประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น ข้อมูลจากท่านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิจัย หากขาดข้อมูลในส่วนนี้การวิจัยในครั้งนี้ก็ไม้อาจจะสำเร็จลุล่วงได้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ท่านให้ความสำคัญกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของกรรมธรรม์ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด ถ้าท่านจะตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของบริษัทอื่น

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัย

แบบสอบถามชุดที่ ☐☐☐

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20 – 24 ปี

☐ 25 - 29 ปี

☐ 30 - 34 ปี

☐ 35 – 39 ปี

☐ 40 – 44 ปี

☐ 45 – 49 ปี

☐ 50 – 54 ปี

☐ 55 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ นิสิต/นักศึกษา

☐ พนักงานบริษัท

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย

☐ อาชีพอิสระ

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้

☐ ไม่เกิน 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001- 40,000 บาท

☐ 40,001 - 50,000 บาท

☐ 50,001 บาทขึ้นไป

5. การศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่า ม. ปสาย

☐ ม. ปสาย

☐ อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส ไม่มีบุตร

☐ สมรส มีบุตร 1 คน

☐ สมรส มีบุตรมากกว่า 1 คน

☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 :ท่านให้ความสำคัญกับการปฏิบัติของบริษัท คุณลักษณะของตัวแทน และรายละเอียดของ
กรรมธรรม์ ต่อไปนี้น้อยเพียงใด ถ้าท่านจะตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิ
อันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน แต่ละข้อจะถามถึงปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาการ
ตัดสินใจเกี่ยวกับบริษัท ตัวแทน และกรรมธรรม์ ปัจจัยแต่ละข้อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์
มากน้อยเพียงใดแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียง
ช่องเดียว

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการปฏิบัติของบริษัท</u>					
ความโปร่งใส/การเปิดเผยข้อมูล					
1. ความชัดเจนในการเปิดเผยนโยบายและ เป้าหมาย					
2. ข้อมูลกรรมธรรม์ที่เปิดเผยมีปริมาณมาก เพียงพอ					
3. ฐานะทางการเงินที่เปิดเผยถูกต้องชัดเจน					
4. การใช้หลักการบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล					
5. การรายงานผลปฏิบัติงานตามกฎหมายแก่ ผู้ถือหุ้น					
6. ความพอเพียงของข้อมูลโดยรวมที่ถูก เปิดเผยแก่ผู้ร่วมลงทุน					
ความเท่าเทียมกัน					
7. การปฏิบัติกับลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่ เสมอกัน					
8. การพิจารณาคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้า ทุกรายโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน					
9. ความเท่าเทียมกันของการกำหนดเบี้ย ประกัน					
10. การใช้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลใน การพิจารณาค่าสินไหมทดแทน					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านคุณลักษณะของตัวแทน</u>					
ความซื่อสัตย์					
1. การเสนอกรรมธรรม์แต่ละประเภทตามความเป็นจริงทุกประการ					
2. การที่ตัวแทนนำเสนอเสียเปรียบกันทันที					
3. การรักษาความลับของบริษัทต่อบุคคลภายนอก					
4. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า					
การพัฒนาการ					
5. การนำเสนอรูปแบบกรรมธรรม์ใหม่ๆ					
6. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่น่าสนใจ					
7. การที่ตัวแทนมีวิธีการเสนอขายที่หลากหลาย					
8. การที่ตัวแทนได้รับรางวัลจากบริษัทฯ					
9. การปรับตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นของตัวแทน					
ความรู้เกี่ยวกับสัญญา					
10. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดและการตอบข้อซักถาม					
11. ความรู้ในรูปแบบกรรมธรรม์					
12. การให้คำแนะนำด้านกรรมธรรม์ที่เหมาะสม					
<u>ด้านรายละเอียดของกรรมธรรม์</u>					
คำแถลงเกี่ยวกับประวัติและสุขภาพ					
1. การสอบถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ทำประกัน					
2. การตรวจสุขภาพผู้ทำประกันในกรณีวงเงินเอาประกันสูง					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. การถูกโฆษณาของสัญญาเมื่อผู้ทำประกันปกปิดความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ					
เงื่อนไขในกรมธรรม์					
4. ความถูกต้องสมบูรณ์ของกรมธรรม์					
5. เงื่อนไขอันอาจนำไปสู่การโฆษณาแห่งสัญญา มีรายละเอียดชัดเจน					
6. การมีเงื่อนไขพิเศษเกี่ยวกับการใช้กรมธรรม์ คำประกันการกั๊ยเงินจากบริษัท					
7. การมีเงื่อนไขให้สามารถเปลี่ยนชื่อผู้รับประโยชน์ได้					
8. เงื่อนไขโดยทั่ว ๆ ไปของกรมธรรม์มีความแจ่มแจ้งชัดเจน					
เอกลักษณ์ในกรมธรรม์					
9. กรมธรรม์มีผลบังคับอยู่ในกรณีขาดส่งเบี้ยประกันภัย					
10. ความสามารถต่ออายุกรมธรรม์ได้ภายในระยะเวลา 5 ปี หลังจากยกเลิกกรมธรรม์					
11. สามารถบอกเลิกสัญญาโดยขอเวนคืนกรมธรรม์เป็นเงินสด					
12. ความคุ้มครองของกรมธรรม์มีความชัดเจน					

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของบริษัทอื่น ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □
หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

1. ปัจจุบันท่านถือกรมธรรม์บริษัท.....
2. ท่านถือกรมธรรม์.....ฉบับ
3. ท่านถือกรมธรรม์แบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ แบบออมทรัพย์

☐ แบบตลอดชีพ

☐ แบบเฉพาะกาล

☐ แบบเงินได้ประจำ

4. เบี้ยประกันที่ท่านชำระ.....บาท/ปี
5. สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมาจากสาเหตุใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|--|
| ☐ ชื่อเสียงของบริษัท | ☐ การโน้มน้าวใจของตัวแทน |
| ☐ กรมธรรม์ตรงกับความต้องการ | ☐ เพื่อการออมทรัพย์ |
| ☐ เพื่อการลงทุน | ☐ เพื่อป้องกันความเสี่ยง |
| ☐ เบี้ยประกันถูก | ☐ เบี้ยประกันสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ |
| ☐ ต้องการเพิ่มสวัสดิการในการรักษาพยาบาลให้กับตนเอง | |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
6. ท่านซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากใคร
- | | |
|---|--|
| ☐ บริษัท | ☐ ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน |
| ☐ จัดหมายขายตรงจากบริษัท | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
7. ท่านใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์นานแค่ไหน.....ปี เดือน
8. ผู้รับประโยชน์จากกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่านคือใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ บิดา – มารดา | ☐ สามี - ภรรยา |
| ☐ บุตร - ธิดา | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
9. ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่านมากที่สุด
- | | |
|---------------------------------|---|
| ☐ บริษัท | ☐ ตัวแทน |
| ☐ ตนเอง | ☐ ครอบครัว/คู่สมรส |
| ☐ เพื่อน | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
10. ท่านสนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตหรือไม่
- | |
|--|
| ☐ สนใจ (ตอบข้อต่อไป) |
| ☐ ไม่สนใจ (ข้ามไปตอบข้อ 13) |
11. ท่านสนใจจะซื้อกรมธรรม์แบบใด
- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ แบบออมทรัพย์ | ☐ แบบตลอดชีพ |
| ☐ แบบเฉพาะกาล | ☐ แบบเงินได้ประจำ |
12. ท่านสามารถชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นจำนวน.....บาท/ปี
13. เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตกับ บมจ. ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | |
|---|
| ☐ รายได้จำกัดไม่สามารถจ่ายค่าเบี้ยประกันได้ |
| ☐ เห็นว่าไม่จำเป็น ไม่สำคัญ และไม่เห็นประโยชน์ในการที่จะซื้อกรมธรรม์ |
| ☐ มีภาระผูกพันยาวนานเกินไป |
| ☐ ตัวแทนไม่น่าไว้วางใจ ไม่น่าเชื่อถือ |
| ☐ ผลตอบแทน ประโยชน์ที่ได้ไม่คุ้มกับเบี้ยประกัน |

- ☐ ยังไม่มีชนิดของกรรมธรรมที่น่าสนใจ
- ☐ หน่วยงานที่ทำงานมีสวัสดิการดีแล้ว
- ☐ ครอบครัวมีความมั่นคงเพียงพอแล้ว
- ☐ รายละเอียด และข้อยกเว้น ของกรรมธรรม
- ☐ มีประกันชีวิตบริษัทอื่นอยู่แล้ว
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

***** ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ *****

ภาคผนวก ข.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/4970

วันที่ ๘/๕ เมษายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.อยุธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์วรางคณา อติสรประเสริฐ และ อาจารย์ธัญวงศ์ กิริตวานิชย์
เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข เป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.อยุธยา อลิอันซ์
จี.พี. ประกันชีวิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบสอบถามให้ นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นายแพทย์ หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค.

ขออนุญาตใช้ชื่อ บมจ. อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต
เป็นส่วนหนึ่งของชื่องานวิจัย



18 กุมภาพันธ์ 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขอใช้ชื่อบริษัทเพื่อการทำปริญญานิพนธ์

เรียน คุณนวลศรี วิทศรีเจริญ

ด้วย นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาควิชา ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร-วิโรฒ มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขอใช้ชื่อบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของชื่องานวิจัย เพื่อการทำปริญญานิพนธ์ ซึ่งทาง นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล มีความสนใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตของบริษัท จึงได้ทำการวิจัยโดยใช้ชื่องานวิจัยดังนี้ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต บมจ.อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ส.วิวิธพิล ประพัทธ์มงคล

(รองศาสตราจารย์วิวัฒน์ เสรีรัตน์)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ติดต่อณ

นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล

โทร 0-9799-7014

บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต
Ayudhya Allianz C.P. Life Pcl.

AYUDHYA
Allianz  C.P.

9 มีนาคม 2547

เรื่อง อนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัท อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
ในการทำปฏิญานินพนธ์

เรียน คุณวิริทธิ์พล ประพัทธ์มมงคล

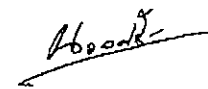
ตามที่ท่านได้ทำหนังสือขอใช้ชื่อ บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
เพื่อการทำปฏิญานินพนธ์ ในเรื่องงานวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์
ประกันชีวิต บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต” นั้น

บริษัทฯ ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต และตัวองค์กร
และอนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัทฯ เพื่อการทำปฏิญานินพนธ์ได้ โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ชื่อของบริษัทฯ ที่ปรากฏอยู่ในปฏิญานินพนธ์จะต้องถูกต้อง ซึ่งท่านสามารถใช้ได้ทั้ง
บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) หรือ
บมจ. อยูธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต
2. หลังจากที่ท่านได้ทำปฏิญานินพนธ์เรียบร้อยแล้วบริษัทฯ ขอเก็บสำเนา 1 ชุด
3. ถ้าต้องการใช้เอกสารสัญลักษณ์ของบริษัทฯ หรือข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาคัดต่อที่ศูนย์วิสิสวรรณ
เพียรรอดวงษ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. 0 2305 7407 (สายตรง)

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาวศรี วิทษศรีเจริญ)

ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์

ประวัติย่อผู้ทำปริญญานิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำปริญญานิพนธ์

ชื่อ สกุล	นายวิวิธพิล ประพัทธ์มงคล
วันเดือนปีเกิด	21 กรกฎาคม พ.ศ.2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	3/60 ถนนสุขุมวิท 1 คลองจั่น บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2544	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
พ.ศ.2540	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาการขาย สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร