



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม



โดย

นางสาวอรพินท์ ผึ้งผาย

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์
ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม” เสนอโดย นางสาวอรพินท์ ฝั่งผาย มี
คุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา การเป็นผู้ประกอบการ ตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการ
จัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ

คณะกรรมการสอบสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์นพดล ไตวิชัยกุล)

...../...../.....

.....กรรมการ

(อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ)

...../...../.....

.....กรรมการ

(อาจารย์ภาวิณี กาญจนานภา)

...../...../.....

12500778: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

อรพินท์ ผึ้งผาย : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท
ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ. 57 หน้า

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทย
สมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต
จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยในการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่ม
ตัวอย่างแบบ Purposive Sampling คือการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม
SPSS ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

การศึกษาปัจจัยพื้นฐานพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตพบว่าเป็นเพศหญิง มี
อายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด ส่วน
ใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ได้เลือกการ
ชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์แบบรายเดือนมากที่สุดและเลือกทุนประกันชีวิตวงเงินไม่
เกิน 100,000 บาท

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ ด้านกรมธรรม์ประกัน
ประกันชีวิต การช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ และด้าน
ผลตอบแทน ของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทร
ประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม พบว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับ
ชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด มากที่สุด และโดยรวมแล้ว
ลูกค้าลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ได้แก่ ด้านกรมธรรม์ประกัน
ประกันชีวิต การช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ และด้าน
ผลตอบแทน อยู่ในระดับมาก

คณะวิทยากรจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา

2553

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับกรุณาจาก ท่าน อาจารย์ เลิศลักษณ์ เป็นที่ปรึกษางานวิจัย และกรุณาเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ และท่านอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียรที่สละเวลาให้คำแนะนำในการจัดทำแบบสอบถาม รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย ศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ได้ประสิทธิ์ประสาท วิชาความรู้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณพนักงานบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม และลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ที่ให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือประสานงานและช่วยเหลือมาตลอดงานวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ขอบคุณ พี่ น้องและเพื่อนทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา จนทำให้การทำวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการประกันชีวิต.....	5
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	17
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์.....	30
สถิติที่ใช้ในการวัด.....	31
ขั้นตอนในการดำเนินงาน.....	31

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	33
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ.....	37
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	45
สรุปผลการวิจัย.....	45
อภิปรายผลการวิจัย.....	47
ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	47
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก	
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	52
ประวัติผู้วิจัย.....	56

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	33
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	33
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	34
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....	34
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	35
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	35
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแบบงวด การชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์.....	36
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทุนประกันชีวิต.....	36
9	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านกรมธรรม์ประกันประกันชีวิต.....	37
10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	38
11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด.....	39
12	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านการบริการ.....	41
13	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านผลตอบแทน.....	43

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คนเรานั้นมีหน้าที่และบทบาทการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะคนที่มีความสามารถสูง เป็นผู้สามารถสรรสร้างธุรกิจ บทบาทในชีวิตของเขาอาจสามารถสร้างสินทรัพย์ได้มากมาย หากเขามีโอกาสและได้ใช้ความสามารถอย่างครบถ้วน โดยมีเวลาเพียงพอตามที่ตั้งใจไว้ และมีสุขภาพร่างกายอันแข็งแรงตลอดเวลา ย่อมจะส่งผลให้คนๆ นั้น สามารถสร้างสินทรัพย์ได้มากมาย ตามที่ตั้งใจไว้เมื่อสามารถทำให้สำเร็จดังที่ตั้งใจไว้ คนอีกจำนวนมากที่เขา ดูแล รักและห่วงใย ก็สามารถดำเนินชีวิตไปตามวิถีที่กำหนดได้

ด้วยคำกล่าวที่ว่า ความไม่แน่นอนคือความจริง ทำให้ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไป ต่างจากที่คนๆ นั้น ได้ตั้งใจไว้โดยสิ้นเชิง เป็นสภาพที่เกิดขึ้นมิให้เห็นอยู่เป็นเนืองๆ ด้วยเหตุเพราะวันหนึ่งเมื่อสุขภาพไม่อำนวย เมื่อร่างกายไม่แข็งแรง อัจฉริยภาพที่เคยมีก็ขาดหายไป สิ่งเหล่านี้คือความสูญเสียโอกาส ในการสร้างสินทรัพย์ได้ต่อไปโดยสิ้นเชิง ประกันชีวิตเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องได้อย่างไรทำไมต้องประกันชีวิตด้วย

ต้องประกันชีวิต เพราะกรรมธรรม์ประกันชีวิตนั้น ในอนาคต มาแปลงเป็นทุนประกันชีวิต การแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุนประกันชีวิตนั้น ผู้เอาประกันต้องจ่ายเบี้ยประกันเพื่อความคุ้มครองประมาณ 2-4% ของทุนประกัน หมายถึงของสินทรัพย์ที่จะสร้างให้เกิดขึ้นในอนาคตนั่นเอง การจ่ายเบี้ยประกัน ก็เปอร์เซ็นต์ย่อมขึ้นอยู่กับอายุ สุขภาพ และอาชีพของผู้เอาประกัน ในขณะที่สมัครทำประกันเป็นองค์ประกอบและทันทีที่ผู้เอาประกันหมดโอกาสไม่มีเวลาที่จะแปลงสินทรัพย์ในตัวให้ออกมาเป็นเงินสดได้อีกต่อไป โดยตามจำนวนที่ได้ระบุเอาไว้ ส่งมอบให้กับคนที่ท่านรักและห่วงใยตามคำสั่งหรือที่เรียกกันว่าผู้รับผลประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในสัญญาตนเอง ข้อสังเกตก็คือสินทรัพย์ที่คาดว่ามีชีวิตอยู่ ความสามารถยังอยู่ เวลายังเป็นของเขา เขาต้องสร้างสินทรัพย์นั้นได้ตามคาดหมาย เมื่อชีวิตหาไม่ ความสามารถหมดไป ไม่มีโอกาสใช้เวลา อีกต่อไป สินทรัพย์ที่คาดไว้ก็ยิ่งเกิดขึ้นตามที่ได้วางแผนประกันชีวิตไว้ จากไปอย่างมีคุณค่าให้คนอยู่ข้างหลังได้ระลึกถึงตลอดไป

ดังมีคำกล่าวที่ว่า กรรมธรรม์ประกันชีวิต เป็นสิ่งเดียวที่สามารถ ช่วยเปลี่ยนวิกฤตที่เกิดขึ้นให้กลายเป็นโอกาสของครอบครัว ที่ท่านรักและห่วงใย (นสพ.เส้นทางนักขาย ปีที่ 7 ฉบับที่ 165 ปกษัณแรก ประจำวันที่ 1-15 ตุลาคม 2552)

ธุรกิจประกันชีวิตของไทย เริ่มดำเนินการในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และได้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2510 กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกพระราชบัญญัติประกันชีวิตและพระราชบัญญัติประกันวินาศภัยขึ้น เพื่อควบคุมและส่งเสริมธุรกิจประกันภัย เพื่อให้ธุรกิจประกันภัยมีความมั่นคงและเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการได้ศึกษาค้นหาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยพื้นฐาน

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. การศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้
7. การชำระเบี้ยประกัน
8. ทุนประกันชีวิต

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต

1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านการบริการ
6. ด้านผลตอบแทน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม จะกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

2. ขอบเขตของเนื้อหา

เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ได้แก่

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐาน ประกอบด้วย

1. ปัจจัยพื้นฐาน ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ การชำระเบี้ยประกัน ทุนประกันชีวิต

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ประกอบด้วย ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ ด้านผลตอบแทน

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจทำประกันชีวิต

3. ขอบเขตด้านสถานที่ คือ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

4. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัย ในครั้งนี้เริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมระหว่าง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 – สิงหาคม พ.ศ. 2553

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ที่กำลังตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ได้มีข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้สำหรับช่วยตัดสินใจ

2. เป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ทำการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของกรมธรรม์ต่อไป

3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ที่สนใจทั่วไปจะได้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ปัจจัยด้านสถานภาพและลักษณะส่วนตัวของผู้ลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน งดการชำระเบี้ยประกัน และทุนประกันชีวิต

การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงครามในระดับต่าง ๆ โดยมีปัจจัยจาก ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงครามในระดับต่าง ๆ โดยมีปัจจัยจากด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน

ผลประโยชน์ หมายถึง สิ่งที่ได้รับและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับ

ค่านิยม หมายถึง ความเชื่อที่ส่งผลให้เกิดการเลียนแบบการกระทำของบุคคล

ความคุ้มครอง หมายถึง สิทธิประโยชน์ที่บริษัทประกันให้กับผู้ทำประกัน ถ้ามีเหตุเสียหายเกิดขึ้นกับผู้ทำประกัน บริษัทประกันจะจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้ทำประกัน

เบี้ยประกัน หมายถึง จำนวนเงินจำนวนหนึ่งที่ผู้ทำประกันต้องการให้บริษัทประกันจ่ายเงินให้กับผู้รับผลประโยชน์ เมื่อผู้ทำประกันเสียชีวิต หรือครบกำหนดตามสัญญาประกัน

คุณภาพชีวิต หมายถึง การที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม

ด้านกรรมธรรม์ หมายถึง ชื่อเสียง คุณภาพ และการบริการที่สุภาพ และรวดเร็วของพนักงานการให้ข้อมูล โดยพนักงานให้บริการ พนักงานมีความเชี่ยวชาญ และมีความรู้มีมนุษยสัมพันธ์ ความเอาใจใส่ลูกค้า มารยาทในการให้บริการ

ด้านราคา หมายถึง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และการบริการที่ได้รับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่หรือทำเลที่ตั้ง การออกแบบร้าน ความมีเอกลักษณ์ สถานที่จอดรถ

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่าง รวมถึงการสมนาคุณลูกค้า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการประกันชีวิต

- 1.1 ความหมายของการประกันชีวิต
- 1.2 ประโยชน์ของการประกันชีวิต
- 1.3 การประกันชีวิตแตกต่างกับการฝากเงิน ไว้กับธนาคาร
- 1.4 แบบของการประกันชีวิต
- 1.5 การยกเลิกกรมธรรม์ประกันชีวิต
- 1.6 ความเกี่ยวข้องกันของตัวแทนประกันชีวิตกับการทำประกันชีวิต
- 1.7 รูปแบบในการเสนอขายประกันชีวิต
- 1.8 สิ่งที่ต้องทำเมื่อตัวแทนประกันชีวิตมาเสนอขาย
- 1.9 ขั้นตอนการทำประกันชีวิต
- 1.10 จะชำระเบี้ย ประกันภัย แบบไหนเพื่อไม่ให้กรมธรรม์ ประกันภัยขาดอายุ
- 1.11 สิทธิในการหักลดหย่อนภาษี
- 1.12 ตัวอย่างรูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด

2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4P's Service Marketing Mix)

3. ทฤษฎีการตัดสินใจ

4. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ

5. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการประกันชีวิต

1.1 ความหมายของการประกันชีวิต

การประกันชีวิต คือ การที่บุคคลผู้หนึ่งเรียกว่า “ ผู้เอาประกันภัย ” ได้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “ เบี้ยประกันภัย ” ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในสัญญา (กรมธรรม์) ให้กับบริษัทประกันภัย

เพื่อซื้อความคุ้มครองตามที่ระบุเป็นเงื่อนไขไว้ในกรมธรรม์ อาทิ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์หรือมีอายุยืนยาวจนครบกำหนดตามที่ระบุไว้ บริษัทประกันภัยจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “ จำนวนเงินเอา ประกันภัย ” ให้แก่ผู้รับประโยชน์หรือผู้เอาประกันภัยแล้วแต่กรณี ทั้งนี้เงื่อนไขความคุ้มครองจะมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับทางเลือกซื้อตามความเหมาะสมของผู้เอาประกันภัยเป็นหลัก (ศุภางค์ แก้วเข้ม 2538 : 78 <http://network-delivery.com/>)

1.2 ประโยชน์ของการประกันชีวิต คือ

1.2.1 ช่วยสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันภัยและครอบครัว เช่น หากผู้นำครอบครัวทำประกันชีวิตไว้แล้วเกิดเสียชีวิตก่อนวัยอันควร เงินประกันชีวิตที่ได้รับจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทางการเงินของครอบครัวได้ระยะหนึ่ง หรือหากทำประกันชีวิต เพื่อการศึกษาของลูกไว้ลูกก็จะมี เงินใช้จ่ายเพื่อการศึกษาได้ต่อไป เป็นต้น

1.2.2 ช่วยให้เกิดการออมทรัพย์อย่างมีวินัย และต่อเนื่องเพราะการประกันชีวิตเป็นสัญญาระยะยาว และผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันภัยเป็นรายงวด บางรูปแบบของการประกันชีวิตจะมีส่วนของการออมทรัพย์อยู่ด้วยแต่จะไม่เหมือนกับการฝากเงินไว้กับธนาคาร เนื่องจากการทำประกันชีวิตเป็นการซื้อความคุ้มครองเป็นหลัก ดังนั้นหากมีการยกเลิกกรมธรรม์ในปีใดก็ตามระหว่างอายุสัญญา เงินที่ผู้เอาประกันภัยได้รับคืนมาจะไม่เท่ากับจำนวนเงินเบี้ยประกันภัยที่จ่ายให้กับบริษัทเพราะส่วนหนึ่งต้องจ่ายเป็นค่าซื้อความคุ้มครอง ส่วนดีก็คือ หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินผลประโยชน์ตามจำนวนเงินเอาประกันภัยซึ่งมากกว่าจำนวนเงินเบี้ยประกันภัยที่จ่ายบริษัทไปแล้ว

1.2.3 การประกันชีวิต เป็นการระดมเงินทุนในรูปของเบี้ยประกันชีวิต ซึ่งบริษัทสามารถนำไปลงทุน ประกอบธุรกิจอื่นได้ตามที่กฎหมายกำหนด ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงิน การจ้างงาน ฯลฯ และนำมา ซึ่งการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ผู้เอาประกันภัย ยังสามารถนำเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต สำหรับกรมธรรม์ที่มีระยะเวลาเอาประกันภัย ไม่ต่ำกว่า 10 ปี ไปหักลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ไม่เกิน 50,000 บาท

1.3 การประกันชีวิตแตกต่างกับการฝากเงินไว้กับธนาคาร

ขณะนี้การประกันชีวิต ได้รับความสนใจจากประชาชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประชาชนได้มองเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการประกันชีวิต แต่ปรากฏว่ามีคนจำนวนไม่น้อยที่คิดว่าการประกันชีวิตเหมือนกับการฝากเงินไว้กับธนาคาร ประกอบกับรูปแบบการเสนอขายในปัจจุบันของตัวแทนประกันชีวิตอาจจะมีการชี้แจงไม่ครบถ้วนและก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ซึ่งโดยลักษณะที่แท้จริงแล้วการประกันชีวิตและการฝากเงินไว้กับธนาคารนั้นมีความแตกต่างกันดังนี้

1.3.1 การฝากเงินไว้กับธนาคาร ถ้าผู้ฝากเงินเสียชีวิตทายาทก็จะได้รับเงินฝากพร้อมดอกเบี้ย ส่วนการทำประกันชีวิต ถ้าผู้ทำประกันชีวิตเสียชีวิตภายใต้เงื่อนไข ถึงแม้ชำระเบี้ยประกันมาเพียงงวดเดียว ผู้รับประโยชน์ก็จะได้รับจำนวนเงินเอาประกันภัย ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าเบี้ยประกันที่ชำระไปแล้ว ตัวอย่าง เช่น ถ้านาย ก ฝากเงินไว้กับธนาคาร ปีละ 10,000 บาท เป็นเวลา 3 ปี เมื่อนาย ก ถอนเงินคืนหรือนาย ก เสียชีวิต นาย ก หรือ ทายาทจะได้รับเงิน 30,000 บาท รวมกับดอกเบี้ยที่เกิดขึ้น แต่ถ้าหากนาย ก ทำประกันชีวิต โดยมีจำนวนเงินเอาประกันภัย 100,000 บาทจ่ายเบี้ยประกันภัยปีละ 10,000 บาท เมื่อนาย ก เสียชีวิตในปีที่ 3 ผู้รับประโยชน์ของนาย ก จะได้รับเงิน 100,000 บาท แม้ว่านาย ก จะจ่ายเบี้ยประกัน ไปเพียง 30,000 บาท

1.3.2 การฝากเงินกับธนาคารจะฝากเมื่อใดก็ได้ตามที่ท่านต้องการ แต่การทำประกันชีวิตท่านต้องชำระเบี้ยประกันภัยตามงวดการชำระเบี้ยประกันภัยที่กำหนดไว้ ไม่เช่นนั้นกรรมธรรม์ของท่านจะสิ้นผลบังคับ เบี้ยประกันภัยที่ท่านได้ชำระไปแล้ว จะไม่ได้คืนกลับมาเลยในปีแรกเพราะบริษัทได้คิดเป็นค่าความคุ้มครองการเสียชีวิต และค่าใช้จ่ายของท่านแล้ว ขณะที่กรรมธรรม์มีผลบังคับ

1.3.3 การฝากเงินกับธนาคารนั้น ท่านสามารถถอนเงินหรือปิดบัญชีเมื่อใดก็ได้ ท่านก็จะได้รับเงินต้นคืนพร้อมด้วยดอกเบี้ย (ถ้ามี) แต่การทำประกันชีวิตเมื่อท่านต้องการยกเลิกสัญญาประกันชีวิต ท่านจะไม่ได้รับเงินที่ท่านชำระเบี้ยประกันภัยคืนเต็มจำนวน โดยในปีแรกถ้าท่านยกเลิกสัญญาท่านจะไม่ได้รับเงินคืนเลย แต่เมื่อกรรมธรรม์มีอายุครบ 2 ปีขึ้นไป จึงจะมีเงินเหลือคืนให้แต่จำนวนเงินที่ได้คืนนี้จะน้อยกว่าเบี้ยประกันภัยที่ท่านได้ชำระไปแล้ว เมื่อปีต่อ ๆ ไป เงินจำนวนนี้จะสะสมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกรรมธรรม์ครบกำหนดก็จะได้เท่ากับจำนวนเงินเอาประกันภัย

1.4 แบบของการประกันชีวิต

กรรมธรรม์ประกันชีวิต มีแบบที่ถือว่าเป็นแบบพื้นฐานอยู่ 4 แบบ ประกอบด้วย

1.4.1 แบบสะสมทรัพย์ คือสัญญาประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้เอาประกันภัยใน 2 เงื่อนไขด้วยกัน คือ

1. เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา
2. เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต ในระยะเวลาเอาประกันภัยก่อนวันครบกำหนด

สัญญา ตัวอย่างเช่น ผู้เอาประกันภัยซื้อประกันชีวิตเมื่ออายุ 40 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัย 200,000 บาท กำหนดอายุสัญญา 20 ปี (กรรมธรรม์สิ้นสุดเมื่อผู้เอาประกันภัยอายุ 60 ปี) ภายใต้เงื่อนไขนี้

2.1. หากผู้เอาประกันภัยมีอายุครบ 60 ปี บริษัทจะต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย 200,000 บาท ให้ผู้เอาประกันภัย

2.2. หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในปีใด ปีหนึ่งก่อนอายุครบ 60 ปี บริษัทจะต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์จำนวน 200,000 บาท

1.4.2 แบบตลอดชีพ คือสัญญาประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองผู้เอาประกันภัยตลอดชีวิต โดยบริษัทประกันชีวิตจะต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต หรือในกรณีพิเศษที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตยืนยาวจนถึงอายุ 99 ปี บริษัทประกันชีวิตจะต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัย

1.4.3 แบบชั่วระยะเวลา คือ สัญญาประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาเอาประกันภัย ตัวอย่างเช่น ผู้เอาประกันภัย อายุ 40 ปี ทำประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลากำหนด 10 ปี ต่อมาปรากฏว่า ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อ อายุ 45 ปี ซึ่งยังอยู่ในอายุสัญญา บริษัทจะต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ แต่หากผู้เอาประกันภัยมีอายุครบกำหนดสัญญาแล้ว (อายุ 50 ปี) ผู้เอาประกันภัยจะ ไม่ได้รับเงินคืนจากบริษัท

1.4.4 แบบเงินได้ประจำ คือ สัญญาประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินงวดเท่า ๆ กันทุก เดือนให้แก่ผู้เอาประกันภัยตลอดชีพ หรือในระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น 10 ปี หรือ 20 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

1.5 การยกเลิกกรมธรรม์ประกันชีวิต

ถ้าผู้เอาประกันภัย ยกเลิกการทำประกันชีวิต ก่อนที่กรมธรรม์จะครบกำหนดสัญญา โดยเฉพาะ ถ้าเป็นการยกเลิกในปีแรกของการทำประกันชีวิต ผู้เอาประกันภัย จะ ไม่ได้รับเงินที่จ่ายไปแล้วคืน เนื่องจากบริษัทมีค่าใช้จ่ายในปีแรกค่อนข้างสูง เช่น ค่าออกกรมธรรม์ ค่าตรวจสอบสุขภาพ ค่าบำเหน็จตัวแทนประกันชีวิตจากค่าใช้จ่ายที่สูงนี้จึงทำให้ ไม่มีเงินคืนให้แก่ผู้เอาประกันภัย แต่ถ้าผู้เอาประกันภัยได้ชำระเบี้ยประกันภัยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือกรมธรรม์มีมูลค่าเวนคืนเงินสด

ค่าใช้จ่ายคำนวณตามประกาศกรมการประกันภัย เรื่องหลักเกณฑ์การพิจารณา ให้ความเห็นชอบอัตราเบี้ยประกันภัย

เงินสำรองประกันภัย หมายถึง เบี้ยประกันภัยหลังจากหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่บริษัทจัดเก็บไว้เพื่อจ่ายให้แก่ผู้เอาประกันภัยตามเงื่อนไขกรมธรรม์

มูลค่าเวนคืนเงินสด หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยจะได้รับเมื่อขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย

1.6 ความเกี่ยวข้องกันของตัวแทนประกันชีวิตกับการทำประกันชีวิต

ในการทำประกันชีวิต ผู้เอาประกันภัยกับบริษัทประกันชีวิต มักจะไม่ได้ติดต่อกัน โดยตรง ตัวแทนประกันชีวิตจะเป็นคนกลางระหว่างบริษัทกับผู้เอาประกันภัยในการให้คำแนะนำ และชักชวนให้ทำประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิตจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางที่จะอธิบายให้ท่านเข้าใจในเงื่อนไขของผลประโยชน์ ข้อยกเว้นและข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ ตัวแทนประกันชีวิตที่ถูกต้องตามกฎหมายจะต้องได้รับใบอนุญาตการเป็นตัวแทนประกันชีวิตจากกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ นอกจากนี้ ตัวแทนประกันชีวิตบางคนยังทำหน้าที่เก็บเบี้ยประกันภัยอีกด้วย ซึ่งตัวแทนประกันชีวิตที่จะเก็บเบี้ยประกันภัยได้ จะต้องได้รับมอบอำนาจจากบริษัทให้เก็บเบี้ยประกันภัย ดังนั้นทันทีที่ท่านได้ชำระเบี้ยประกันภัยแล้วขอให้ท่านเรียกใบเสร็จรับเงินจากตัวแทนประกันชีวิตไว้เป็นหลักฐานยืนยันว่าท่านได้ชำระเบี้ยประกันภัยแล้วตัวแทนประกันชีวิตเป็นผู้ใกล้ชิดกับผู้เอาประกันภัยมากที่สุด บริษัทจะทราบข้อมูลต่าง ๆ ของผู้เอาประกันภัยด้วยข้อมูลที่ได้รับจากตัวแทนประกันชีวิต ฉะนั้นข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้เอาประกันภัยให้แก่ตัวแทนประกันชีวิต จะต้องเป็นข้อมูลที่ต้องตามความเป็นจริง ถ้าหากมีการปกปิดหรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จในสาระสำคัญ บริษัทอาจถือเป็นเหตุในการยกเลิกสัญญาได้ตามที่กำหนดไว้ใน

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 865 การปกปิดข้อเท็จจริงใด ๆ อาจจะเป็นเหตุให้บริษัท ประกันชีวิตไม่จ่ายค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันชีวิตได้ ดังนั้น ในการที่ท่านจะทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตผู้ใด ขอให้พิจารณาว่า ตัวแทนประกันชีวิตผู้นั้นเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งเป็นบุคคลที่ท่านสามารถเชื่อถือและไว้วางใจได้ว่าจะเป็นผู้ให้คำแนะนำที่ถูกต้อง และเป็นผู้ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ท่านจะได้รับอย่างยุติธรรม

1.7 รูปแบบในการเสนอขายประกันชีวิต

ในขณะที่การเสนอขายประกันชีวิตของตัวแทนประกันชีวิต มีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปหลายวิธี วิธีการหนึ่งที่นิยมใช้กันก็คือ การทำเอกสารประกอบการนำเสนอขายของตัวแทนประกันชีวิตซึ่งบางครั้งทำให้ผู้เอาประกันภัยเข้าใจผิด และมีผู้เอาประกันภัยจำนวนมากไม่น้อยที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตโดยดูข้อมูลจากเอกสารประกอบการเสนอขายเพียงอย่างเดียว เอกสารประกอบการเสนอขายนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับการขายสินค้าชนิดอื่น ๆ ก็คือ ใบโฆษณาสินค้านั่นเอง ข้อมูลในใบโฆษณาดังกล่าว บางส่วนอาจไม่ถูกต้องกับผลประโยชน์ที่แท้จริงของการประกันชีวิตแบบนั้นหรือ บางครั้งอาจมีการแสดงข้อมูลที่เกินความเป็นจริงหรือข้อมูลที่คาดว่าจะเป็นไปได้เท่านั้น ผู้ที่จะทำประกันชีวิต ควรขอข้อมูลจากสำเนากรมธรรม์ประกันภัย โดยเฉพาะส่วนที่เป็นหน้าตารางกรมธรรม์ และข้อกำหนดการจ่ายเงินตามกรมธรรม์ประกันภัย (ตามตัวอย่างที่ปรากฏในส่วนท้ายของหนังสือนี้) ของแบบการประกันชีวิตที่ท่านเลือกประกอบการตัดสินใจเป็นหลัก เนื่องจาก

ข้อมูลดังกล่าวนี้ ได้ผ่านการให้ความเห็นชอบจากกรมการประกันภัยเรียบร้อยแล้ว

1.8 สิ่งที่ต้องทำเมื่อตัวแทนประกันชีวิตมาเสนอขาย

เมื่อตัวแทนประกันชีวิตมาเสนอขายประกันชีวิตขอให้ผู้เอาประกันภัยปฏิบัติดังต่อไปนี้

1.8.1 ขอคู่มืออนุญาตการเป็นตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งออกโดยกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์

1.8.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตให้เข้าใจ อย่ารีบตัดสินใจหรือลงลายมือชื่อในเอกสารใด ๆ ควรตรวจสอบว่าเอกสารนั้นเป็นเอกสารอะไร มีผลอย่างไรกับท่าน

1.8.3 ให้ตัวแทนประกันชีวิตนำตัวอย่างสำเนากรมธรรม์ประกันภัยมาอธิบายให้ท่านฟัง ซึ่งในสำเนากรมธรรม์นั้นท่านจะทราบแบบการประกันชีวิต ผลประโยชน์ที่ท่านจะได้รับในอนาคต สิทธิหน้าที่ ข้อยกเว้นต่าง ๆ โดยผลประโยชน์ทุกอย่างที่จะได้รับจะต้องระบุไว้ในกรมธรรม์

1.8.4 ให้ตัวแทนประกันชีวิตเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรและลงนามเป็นหลักฐานว่าได้เสนอขายประกันชีวิตแบบอะไรให้แก่ท่าน ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยเท่าไร แนบมาพร้อมสำเนากรมธรรม์ตามข้อ 3

1.8.5 เก็บหลักฐานตามข้อ 3 และข้อ 4 ไว้เพื่อเปรียบเทียบกับกรมธรรม์ที่ท่านจะได้รับจริง เมื่อตัดสินใจทำประกันชีวิต ถ้ากรมธรรม์ที่ท่านรับนั้น ไม่ถูกต้องกับแบบที่ตัวแทนประกันชีวิตนำมาเสนอขาย ให้ท่านรีบแจ้งบริษัทเพื่อเปลี่ยนแปลงกรมธรรม์ในทันที ถ้าท่านปฏิบัติได้ตามขั้นตอนข้างต้น ท่านจะได้รับความคุ้มครองตามที่ท่านต้องการ ซึ่งหากท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต ก็ขอให้พิจารณาขั้นตอนในการทำประกันชีวิตต่อไป

1.9 ขั้นตอนการทำประกันชีวิต

การทำประกันชีวิตให้บรรลุเป้าหมาย และได้รับประโยชน์สูงสุดนั้น ควรทำอย่างรอบคอบ เพราะการทำประกันชีวิต เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว โดยผู้เอาประกันภัยมีหน้าที่หลักในการชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะเวลานาน เช่น 10 ปี 20 ปี หรือตลอดชีวิต การทำประกันชีวิตควรจะเกิดขึ้น จากความต้องการทำประกันชีวิต หรือเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิต แต่บ่อยครั้ง ที่พบว่าผู้เอาประกันภัยทำประกันชีวิต ด้วยความเกรงใจหรือเกิดจากการชักชวนของตัวแทนประกันชีวิต มีผู้เอาประกันภัยไม่น้อยที่ทำประกันชีวิต โดยไม่รู้เงื่อนไข ข้อยกเว้น และลักษณะของกรมธรรม์เป็นอย่างไร ดังนั้น เมื่อจะตัดสินใจทำประกันชีวิต ไม่ว่าจะผู้ที่มาเสนอขายจะเป็นญาติ เพื่อนสนิทหรือใครก็ตาม สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาคือ

1.9.1 แบบการประกันชีวิต ควรเลือกกรมธรรม์ที่ให้ความคุ้มครองและมีเงื่อนไขการจ่ายเงินและผลประโยชน์ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด เพราะการประกันชีวิตแต่ละแบบมีความคุ้มครองและผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

1.9.2 ความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัย ท่านจะต้องประมาณจำนวนเงินที่ท่านพอที่จะชำระเบี้ยประกันภัยได้ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย เพราะหากไม่สามารถชำระเบี้ยประกันภัยได้ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัยจะทำให้กรมธรรม์ขาดผลบังคับและสิ้นสุดความคุ้มครองทำให้เสียประโยชน์อันพึงจะได้รับ

1.9.3 กรอกใบคำขอเอาประกันภัยตามความเป็นจริงทุกประการด้วยตนเอง หรือหากผู้อื่นกรอกให้จะต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนลงลายมือชื่อ

1.9.4 เมื่อกรอกใบคำขอเอาประกันภัยเรียบร้อยแล้ว และชำระเบี้ยประกันงวดแรกแล้ว ต้องเรียกใบเสร็จรับเงินชำระเบี้ยประกันภัยชั่วคราวจากตัวแทนประกันชีวิต เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานด้วย

1.9.5 เมื่อได้รับกรมธรรม์พร้อมกับใบเสร็จรับเงินแล้ว ให้ตรวจสอบรายละเอียด โดยเฉพาะข้อมูลที่ระบุไว้ในหน้าตารางกรมธรรม์ว่าถูกต้อง ตรงกับความประสงค์ซึ่งแจ้งไว้ในคำขอเอาประกันภัยหรือไม่ หากพบความผิดพลาดรีบแจ้งบริษัทเพื่อแก้ไข

1.9.6 อ่านกรมธรรม์โดยละเอียด เพื่อศึกษาเงื่อนไขของกรมธรรม์ทั้งหน้าที่และสิทธิประโยชน์ที่พึงจะได้รับ

1.10 จะชำระเบี้ย ประกันภัย แบบไหนเพื่อไม่ให้กรมธรรม์ ประกันภัยขาดอายุ กรมธรรม์ประกันภัยจะให้ความคุ้มครอง หรือมีผลบังคับอยู่ได้ด้วยการที่ผู้เอาประกันภัยชำระเบี้ยประกันภัยให้ตรงตามกำหนดเวลา ผู้เอาประกันภัยจำนวนไม่น้อย มีปัญหาในเรื่องการชำระเบี้ยประกันภัย เช่น ตัวแทนประกันชีวิตไม่มาเก็บเงินตามที่กำหนด ตัวแทนประกันชีวิตลาออกหรือตัวแทนประกันชีวิตบางรายเก็บเงินแล้วไม่นำส่งบริษัทกรมการประกันภัย จึงขอแนะนำให้ผู้เอาประกันภัยสอบถามวิธีการชำระเบี้ยประกันภัยตั้งแต่ครั้งแรกที่ทำประกันชีวิต เพราะผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกวิธีการชำระเบี้ยประกันภัยได้หลายวิธีแล้วแต่ความสะดวกของผู้เอาประกันภัย คือ

1.10.1 การชำระ โดยการหักจากยอดเงินฝากจากบัญชีธนาคาร ท่านสามารถขอแบบฟอร์มจากบริษัทประกันชีวิตพร้อมกรอกรายละเอียด และส่งให้บริษัทดำเนินการต่อไป ซึ่งวิธีการนี้เมื่อถึงเวลาชำระเบี้ยประกันภัย ธนาคารจะเป็นผู้หักเบี้ยประกันภัย จากบัญชีธนาคารของท่าน วิธีนี้ ถือเป็นวิธีการที่ดี และผู้เอาประกันภัยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับการชำระเบี้ยประกันภัย

1.10.2 การชำระผ่านที่ทำการของธนาคาร ท่านจะต้องนำใบแจ้งการชำระเบี้ยประกันภัยที่บริษัทส่งมาให้ทุก ๆ ครั้ง ที่ถึงกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยไปยังธนาคารที่กำหนด โดยธนาคารจะให้ส่วนหนึ่งของใบแจ้งการชำระเบี้ยประกันภัยไว้เป็นหลักฐานการชำระเบี้ยประกันภัย

1.10.3 การชำระทางธนาคาร โดยส่งจ่ายบริษัทหรือสาขาบริษัทประกันชีวิต ที่ท่านทำประกันชีวิตไว้

1.10.4 การชำระด้วยตนเองที่บริษัทหรือสาขาของบริษัท ที่ท่านสะดวกในการติดต่อ

1.10.5 การชำระผ่านทางตัวแทนประกันชีวิต วิธีการนี้เป็นวิธีที่ใช้กันอยู่มากในขณะนี้แต่อาจจะมีผลเสีย ในกรณีที่ตัวแทนประกันชีวิตไม่มารับเบี้ยประกันภัยตรงตามกำหนดเวลา จะทำให้กรมธรรม์ประกันภัยของท่านขาดผลบังคับได้

จากวิธีการชำระเบี้ยประกันภัยดังกล่าวข้างต้น จะเลือกวิธีใดก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เอาประกันภัยเอง แต่ไม่ว่าท่านจะชำระเบี้ยประกันภัยด้วยวิธีใดก็ตาม อย่าลืมเก็บหลักฐานการชำระเงินหรือใบเสร็จรับเงิน เพราะหลักฐานการจ่ายเงินและใบเสร็จรับเงินจะเป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงว่าได้ชำระเบี้ยประกันภัยไปแล้ว

1.11 สิทธิในการหักลดหย่อนภาษี

เบี้ยประกันชีวิตของกรมธรรม์ที่มีอายุสัญญาตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราปีละไม่เกิน 50,000 บาท โดยแสดงใบรับเบี้ยประกันภัยที่ได้ชำระในปีภาษีนั้นต่อกรมสรรพากรผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีเงินได้ในเกณฑ์ต้องเสียภาษี สามารถนำเบี้ยประกันภัยส่วนที่ไม่เกิน 50,000 บาท ไปหักลดจากรายได้สุทธิก่อนคำนวณภาษี ทำให้เสียภาษีเงินได้น้อยลงคิดเป็นอัตราเท่ากับอัตราของภาษีที่ต้องจ่าย เช่น นาย ก ชำระเบี้ยประกันชีวิตรายปีปีละ 50,000 บาทและเป็นผู้มีเงินได้ในเกณฑ์ที่จะต้องเสียภาษี 20% เมื่อนาย ก นำไปรับเบี้ยประกันภัยจำนวน 50,000 บาท ไปขอหักลดหย่อนภาษี จะทำให้นาย ก เสียภาษีน้อยลง 20 % คิดเป็นเงิน 10,000 บาท สิทธิในการหักลดหย่อนภาษีนี้อาจจะคงอยู่ตลอดเวลาที่มีการชำระเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ข้างต้น (ที่มา : กรมการประกันภัย)

1.12 ตัวอย่างรูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด

ไทยสมุทรสุขสถาพร 450 (16/16)

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ โดยให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุถึง 2 เท่า รับประกันตั้งแต่อายุ 1 ปี – 60 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 16 ปี ระยะเวลา

ชำระเบี้ยประกันภัย 16 ปี สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือน ขั้นต่ำ 400 บาท ถึง 4 ,000 บาท (ขึ้นอยู่กับอายุ)

ผลประโยชน์ภายใต้แบบประกันชีวิต

กรณีเสียชีวิต

1. เสียชีวิตธรรมดา

ปีที่ 1-4	จ่าย 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 5-8	จ่าย 120% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 9-12	จ่าย 140% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 13-16	จ่าย 160% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

*กรณีมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา รับเงินคืน 160% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

2. กรณีสูญเสียชีวิตวัยวุฒิ / เฒ่า / สายตา จากอุบัติเหตุ	1 แห่ง	2 แห่งขึ้นไป
ปีที่ 1-4	จ่าย 60%	จ่าย 100%
ปีที่ 5-8	จ่าย 72%	จ่าย 120%
ปีที่ 9-12	จ่าย 84%	จ่าย 140%
ปีที่ 13-16	จ่าย 96%	จ่าย 160%

ยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร

เนื่องจาก เจ็บป่วยภายหลัง 180 วัน หรือประสบอุบัติเหตุนับแต่วันเริ่มสัญญา หรือ วันต่ออายุสัญญา ครั้งสุดท้าย

คุ้มครองการเสียชีวิตของบุตรทุกคนหากบิดาและมารดาซื้อกรมธรรม์ประเภทอุตสาหกรรมไว้กับบริษัททั้งคู่และ กรมธรรม์มีผลบังคับเกิน 180 วัน จะได้รับความคุ้มครองหากบุตรอายุ 5 ปี บริบูรณ์ – 15 ปีบริบูรณ์เสียชีวิต โดยจ่าย 6 เท่าของเบี้ยประกันภัยรายเดือน สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 100,000 บาท/ปี

ไทยสมุทรสุขภาพ 450 (20/20)

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ โดยให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุถึง 2 เท่า รับประกันตั้งแต่อายุ 1 ปี – 55 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 20ปี ระยะเวลา

ชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือน ขั้นต่ำ 400 บาท ถึง 4,000 บาท (ขึ้นอยู่กับอายุ)

ผลประโยชน์ภายใต้แบบประกันชีวิต

กรณีเสียชีวิต

1. เสียชีวิตธรรมดา

ปีที่ 1-4	จ่าย 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 5-8	จ่าย 120% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 9-12	จ่าย 140% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 13-16	จ่าย 160% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย
ปีที่ 17-20	จ่าย 180% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

*กรณีมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา รับเงินคืน 160% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

2. กรณีสูญเสียชีวิตด้วยวัยวาระมือ / เท้า / สายตา จากอุบัติเหตุ	1 แห่ง	2 แห่งขึ้นไป
ปีที่ 1-4	จ่าย 60%	จ่าย 100%
ปีที่ 5-8	จ่าย 72%	จ่าย 120%
ปีที่ 9-12	จ่าย 84%	จ่าย 140%
ปีที่ 13-16	จ่าย 96%	จ่าย 160%
ปีที่ 17-20	จ่าย 108%	จ่าย 180%

ยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร

เนื่องจาก เจ็บป่วยภายหลัง 180 วัน หรือประสบอุบัติเหตุ นับแต่วันเริ่มสัญญา หรือ วันต่ออายุสัญญา ครั้งสุดท้าย

คุ้มครองการเสียชีวิตของบุตรทุกคนหากบิดาและมารดาซื้อกรมธรรม์ประเภทอุตสาหกรรมไว้กับบริษัททั้งคู่และกรมธรรม์มีผลบังคับเกิน 180 วัน จะได้รับความคุ้มครองหากบุตรอายุ 5 ปี บริบูรณ์ - 15 ปีบริบูรณ์เสียชีวิต โดยจ่าย 6 เท่าของเบี้ยประกันภัยรายเดือน สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 100,000 บาท/ปี

ไทยสมุทรสุขมั่นคง 400 (12/9)

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ โดยให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุถึง 3 เท่า รับประกันตั้งแต่อายุ 1 ปี - 60 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 12 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ย

ประกันภัย 9 ปี สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือน ขั้นต่ำ 400 บาท ถึง 4,000 บาท (ขึ้นอยู่กับอายุ)

ผลประโยชน์ภายใต้แบบประกันชีวิต

กรณีเสียชีวิต

1. เสียชีวิตธรรมดา

จ่าย 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยมีจำนวนมากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายข้างต้น บริษัทจะจ่ายเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัย

2. เสียชีวิตจากอุบัติเหตุ

จ่าย 300% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา รับเงินคืน 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีสูญเสียชีวิตด้วยมือ / เท้า / สายตา จากอุบัติเหตุ

1 แห่ง จ่าย 120 % ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

2 แห่งขึ้นไป จ่าย 200% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

ยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร เนื่องจาก เจ็บป่วยภายหลัง 180 วัน หรือประสบอุบัติเหตุนับแต่วันเริ่มสัญญา หรือ วันต่ออายุสัญญา ครั้งสุดท้าย

คุ้มครองการเสียชีวิตของบุตรทุกคนหากบิดาและมารดาซื้อกรมธรรม์ประเภท อุตสาหกรรมไว้กับบริษัททั้งคู่และกรมธรรม์มีผลบังคับเกิน 180 วัน จะได้รับความคุ้มครองหาก บุตรอายุ 5 ปีบริบูรณ์ – 15 ปีบริบูรณ์เสียชีวิต โดยจ่าย 6 เท่าของเบี้ยประกันภัยรายเดือน สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 100,000 บาท/ปี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ไทยสมุทรสุขมั่นคง 425 (15/10)

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ โดยให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุถึง 3 เท่า รับประกันตั้งแต่อายุ 1 ปี – 60 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 15 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 10 ปี สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือน ขั้นต่ำ 400 บาท ถึง 4,000 บาท (ขึ้นอยู่กับอายุ)

ผลประโยชน์ภายใต้แบบประกันชีวิต

กรณีเสียชีวิต

1. เสียชีวิตธรรมดา

จ่าย 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยมีจำนวนมากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายข้างต้น บริษัทจะ
จ่ายเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัย

2. เสียชีวิตจากอุบัติเหตุ

จ่าย 300% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา รับเงินคืน 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีสูญเสียชีวิตวัยวาระมือ / เท้า / สายตา จากอุบัติเหตุ

1 แห่ง จ่าย 120 % ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

2 แห่งขึ้นไป จ่าย 200% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

ยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร
เนื่องจาก เจ็บป่วยภายหลัง 180 วัน หรือประสบอุบัติเหตุนับแต่วันเริ่มสัญญา หรือ วันต่ออายุสัญญา
ครั้งสุดท้าย

คุ้มครองการเสียชีวิตของบุตรทุกคนหากบิดาและมารดาซื้อกรมธรรม์ประเภท
อุตสาหกรรมไว้กับบริษัททั้งคู่และกรมธรรม์มีผลบังคับเกิน 180 วัน จะได้รับความคุ้มครองหาก
บุตรอายุ 5 ปีบริบูรณ์ – 15 ปีบริบูรณ์เสียชีวิต โดยจ่าย 6 เท่าของเบี้ยประกันภัยรายเดือน
สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 100,000 บาท/ปี

ไทยสมุทรสุขขม้นคง 450 (20/14)

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ โดยให้ความคุ้มครองการ
เสียชีวิตจากอุบัติเหตุถึง 3 เท่า รับประกันตั้งแต่อายุ 1 ปี – 55 ปี ระยะเวลาคุ้มครอง 20 ปี ระยะเวลา
ชำระเบี้ยประกันภัย 14 ปี สามารถเลือกชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือน ขั้นต่ำ 400 บาท ถึง 4,000
บาท (ขึ้นอยู่กับอายุ)

ผลประโยชน์ภายใต้แบบประกันชีวิต

กรณีเสียชีวิต

1. เสียชีวิตธรรมดา

จ่าย 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัยมีจำนวนมากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายข้างต้น บริษัทจะ
จ่ายเงินค่าเวนคืนกรมธรรม์ประกันภัย

2. เสียชีวิตจากอุบัติเหตุ

จ่าย 300% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา รับเงินคืน 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

กรณีสูญเสียชีวิตด้วยวัยมือ / เท้า / สายตา จากอุบัติเหตุ

1 แห่ง จ่าย 120 % ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

2 แห่งขึ้นไป จ่าย 200% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย

ยกเว้นชำระเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยตกเป็นบุคคลทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร เนื่องจาก เจ็บป่วยภายหลัง 180 วัน หรือประสบอุบัติเหตุนับแต่วันเริ่มสัญญา หรือ วันต่ออายุสัญญา ครั้งสุดท้าย

คุ้มครองการเสียชีวิตของบุตรทุกคนหากบิดาและมารดาซื้อกรมธรรม์ประเภท อุดสาหกรรมไว้กับบริษัททั้งคู่และกรมธรรม์มีผลบังคับเกิน 180 วัน จะได้รับความคุ้มครองหาก บุตรอายุ 5 ปีบริบูรณ์ – 15 ปีบริบูรณ์เสียชีวิต โดยจ่าย 6 เท่าของเบี้ยประกันภัยรายเดือน สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 100,000 บาท/ปี

2. ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Service Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดจะพิจารณาถึง 4 องค์ประกอบหลักด้วยกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) , ราคา (Price), การจัดจำหน่าย (Place) , และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยจะมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องพิจารณาดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept) โดยเป็นการระบุว่าสินค้าของเราจะมีอะไรเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น เป็นแชมพูสำหรับจัดทรงแค, น้ำผลไม้ที่ไม่มีน้ำตาล, แชมพูอินวัน, น้ำยาปรับผ้านุ่ม, รถขนาดเล็กเพื่อใช้ในเมือง หรือรถขนาดใหญ่สำหรับครอบครัว ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ขายเป็นสินค้า, บริการ, บุคคล, สถานที่ ซึ่งต้องระบุไปให้แน่ชัด

2. คุณสมบัติ (Product Attribute) สินค้าชิ้นนั้นผลิตจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ความงาม ความทนทาน หรือรูปแบบของสินค้าในตัวเอง

3. จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ (Product Feature) ต้องรู้ว่าสินค้าของเราจะมีอะไรเป็นจุดเด่นกว่าสินค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ร้านอาหารมักจะมีอาหารพิเศษประจำร้าน ซึ่งเป็นที่นิยมของลูกค้า

4. ผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

4.1 ผลประโยชน์ที่ผลิตภัณฑ์พึงมี (Defensive Benefit) ทำให้ไม่เสียเปรียบคู่แข่ง เช่น รถยนต์ ต้องมีเครื่องปรับอากาศ ระบบเบรก ถุงลมนิรภัย เป็นต้น

4.2 ผลประโยชน์พิเศษ (Extra Benefit) ที่ทำให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น รถยนต์อาจเพิ่มถุงลมนิรภัยคู่ มีแถมCDมีเบาะไฟฟ้า เป็นต้น

4.3 ผลประโยชน์เสริมเล็กน้อยๆ (Fringe Benefit) ที่ทำให้สินค้าแตกต่างไปจากคู่แข่ง เช่น ลูกอมรูปหัวใจ หรือมีที่รองเท้าเวลาที่นำรถมาใช้บริการที่ศูนย์

5. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นสิ่งที่บริษัทต้องการให้ลูกค้ามองว่าสินค้านี้คืออะไรเป็นจุดเด่น เช่น เบียร์สิงห์ เติมน้ำในแง่ความเป็นไทย, เบียร์คาร์ลสเบอร์ก เติมน้ำในแง่ความเป็นสากล

2.2 ราคา (Price)

เป็นส่วนประสมทางการตลาดเพียงตัวเดียวที่เกี่ยวข้องกับรายรับ (ในขณะที่ตัวอื่นล้วนเกี่ยวข้องกับรายจ่ายทั้งสิ้น)

การวางแผนด้านราคา

ก่อนที่จะวางแผนด้านราคาควรแบ่งตลาดออกเป็นแบบต่างๆ เพื่อที่จะได้เข้าใจและตั้งราคาได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านราคา (Price Sensitive Market)

เป็นตลาดที่ไม่สนใจในประเด็นด้านการบริการหรือคุณประโยชน์ทางอ้อมของสินค้า แต่จะสนใจในด้านราคาสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากประเด็นด้านภาพพจน์หรือชื่อเสียงนั้นไม่มีความสำคัญในสายตาผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า สินค้าที่อยู่ในตลาดนี้มักเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวันทั่วไป เช่น ข้าวสาร, กระดาษชำระ, น้ำมันพืช, ยากันยุง ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ดังนั้น การตั้งราคาควรพยายามทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำที่สุด เพื่อที่จะได้สามารถขายในราคาที่ต่ำที่สุด

2. ตลาดของสินค้าที่ตั้งราคาโดยเน้นภาพพจน์ (Image Sensitive)

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเช่น สินค้าแบรนด์เนมต่างๆ เช่น หลุยส์ วิตตอง, กุชชี, อามารีนี, โรเล็กซ์ ซึ่งลูกค้าจะซื้อเพราะใช้เสริมบุคลิกมากกว่าคุณประโยชน์ที่แท้จริงของตัวสินค้า ความสำเร็จของสินค้าประเภทนี้อยู่ที่ว่า "ถ้าสามารถรักษาภาพพจน์ได้ดี แม้ราคาจะแพงกว่ายี่ห้ออื่นคนก็ซื้อ" การตัดสินใจตั้งราคา (Price Decision) ในการตัดสินใจตั้งราคานี้ มีทางเลือกและประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา ดังนี้

1. การตั้งราคาตามตลาด (On going price) หรือการตั้งราคาตามความพอใจ (Leader price) มีรายละเอียดดังนี้

1.1 การตั้งราคาตามตลาดเหมาะสำหรับสินค้าที่สร้างความแตกต่างได้ยาก จึงไม่สามารถที่จะตั้งราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งได้

1.2 การตั้งราคาตามความพอใจ เป็นการตั้งราคาตามความพอใจโดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เหมาะกับสินค้าที่มีความแตกต่างในตราสินค้า (Brand Differentiation)

2. สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (Premium Price) หรือราคามาตรฐาน (Standard Price) หรือตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน (Fighting Brand) ซึ่งจะใช้ราคาใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและการยอมรับในราคาของลูกค้า

2.1 ราคาสูง ใช้เมื่อแน่ใจว่าในคุณภาพที่เหนือกว่าและการยอมรับในราคาของลูกค้า

2.2 ราคามาตรฐาน เมื่อใช้การตั้งราคาโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่ง

2.3 ตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน หรือราคาประหยัด (Economy Brand) จะลดตลาดล่าง สินค้าจะด้อยคุณภาพกว่าคู่แข่งเล็กน้อยในประเด็นที่ไม่สำคัญ เช่น Package ที่ดูไม่หรูหราเท่าคู่แข่ง แต่คุณภาพไม่ต่างกันมากนัก

3. การตั้งราคาแบบเท่ากันหมด (One Pricing) หรือการตั้งราคาแตกต่างกัน (Discriminate Price)

3.1 แบบเท่ากันหมด หมายความว่า ไม่ว่าจังหวัดใดหรือสถานที่ใด หรือจะฤดูใดก็จะกำหนดราคาเท่ากันหมด

3.2 ราคาที่แตกต่างกัน มีหลายสาเหตุคือ

3.2.1 แตกต่างกันตามฤดูกาล (Discriminate by Season) เช่น โรงแรมจะตั้งราคาตามฤดูกาล ช่วงไหนขายดีก็ตั้งราคาสูง ช่วงไหนขายไม่ดีก็ตั้งราคาต่ำ

3.2.2 แตกต่างกันตามจำนวนสินค้า (Discriminate by Volume) ซื้อจำนวนมากราคาต่ำ ซื้อจำนวนน้อยราคาสูง

3.2.3 แตกต่างกันตามสถานที่ (Discriminate by Place) เช่น ราคาน้ำมันในกรุงเทพฯ กับราคาน้ำมันในต่างจังหวัดต่างกัน

3.2.4 แตกต่างกันตามลูกค้า (Discriminate by Customer) เช่น ข้าราชการพักโรงแรมกับประชาชนพักโรงแรมราคาไม่เท่ากัน หรือสายการบินแยกราคาเป็นข้าราชการกับประชาชน ผู้อาวุโสกับเด็ก

3.2.5 แตกต่างกันตามรุ่น (Discriminate by Version) เช่น ไวน์ปี 1987 กับปี 1992 ราคาจะแตกต่างกันมาก

2.3 การจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายหมายถึง กลไกต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค

หลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาในการจัดจำหน่าย

1. สถานที่ตั้ง (Location)

จะพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นที่ว่า จะขายสินค้า ณ. จุดใด ถ้ามีทำเลได้เปรียบจะมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)

การจัดจำหน่ายจะผ่านใครบ้าง เช่น ส่งผ่านผู้ค้าปลีก หรือส่งผ่านจากผู้ผลิตสู่มือผู้บริโภคโดยตรง

3. ประเภทชนิดของช่องทาง (Type of Outlet)

เช่น ใช้รูปแบบสหกรณ์, การขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ, ขายทางไปรษณีย์ เป็นต้น

4. การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Control)

จะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ถ้าเก็บสินค้ามากเกินไปก็จะทำให้ต้นทุนในการจัดเก็บสูง แต่ถ้าเก็บน้อยเกินไปก็อาจเกิดปัญหาสินค้าไม่พอขายได้

5. การบริหารสินค้า (Merchandising)

นอกจากจะพิจารณาถึงจำนวนแล้วยังต้องพิจารณาว่าเราควรมีสินค้าและบริการอะไรไว้ขายบ้าง รวมถึงการดูแลด้านการจัดแสดงสินค้าให้ดึงดูดผู้บริโภคอีกด้วย

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หมายถึง ความพยายามต่างๆทางการตลาดในการที่จูงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้า แข่งชิงส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนรักษาลูกค้าไว้ไม่ให้เปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

1. เพื่อให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของบริษัท
2. เพื่อเพิ่มยอดขายในตัวสินค้า
3. เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง
4. เพื่อสกัดกั้นคู่แข่งไม่ให้แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด
5. เพื่อแย่งชิงลูกค้าจากคู่แข่ง
6. เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
7. เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตัวสินค้า

หลักในการส่งเสริมการตลาด แบ่งได้เป็นแผนรุกกับแผนรับ

1. แผนรุก (Offensive Plan)

หมายถึง ไม่ว่าคู่แข่งจะทำหรือไม่ก็ตาม แต่บริษัทตั้งใจไว้แล้วว่าจะทำ ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาดในวันวาเลนไทน์, วันปีใหม่, วันตรุษจีน เป็นต้น ซึ่งการวางแผนในเชิงรุกนี้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็น โดยจะต้องมีการวางแผนว่าจะทำในช่วงเวลาใด ปีละกี่ครั้ง เพื่อประโยชน์อะไร

2. แผนรับ (Defensive Plan)

คือแผนที่เกิดขึ้นหลังจากที่ทราบว่าคุณแข่งขันทำอะไร เป็นแผนที่เกิดขึ้นเมื่อคู่แข่งใช้กลยุทธ์ที่เราจำเป็นต้องโต้ตอบ

สิ่งที่ต้องคำนึงในการส่งเสริมการตลาด

1. การวางกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ในการส่งเสริมการตลาดนั้นจำเป็นต้องกำหนดหรือเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะสำหรับการส่งเสริมการตลาดในแต่ละครั้ง เพื่อที่จะได้กำหนดรูปแบบการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

2. ขอบเขต (Scope)

จะต้องระบุว่า การส่งเสริมการตลาดจะทำในขอบเขตที่กว้างหรือแคบแค่ไหน อย่างไร จะทำเป็นระดับชาติ (National Campaign) หรือระดับท้องถิ่น (Regional Campaign) หรือเฉพาะกลุ่ม (Niche)

3. ความเข้มข้นของการส่งเสริมการขาย (Scale)

ในการส่งเสริมการตลาดนั้นจะทำโดยใช้เวลานานแค่ไหน ทำครั้งเดียว หรือทำหลายครั้งในแต่ละช่วงเวลา เช่น การลดราคาอาจจะใช้เวลาสั้น การแลกซื้อหรือชิงโชคอาจใช้เวลานาน ดังนั้น กิจกรรมทางการตลาดแต่ละประเภทจึงมีระยะเวลาที่แตกต่างกัน

รูปแบบการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดนั้นสามารถทำได้หลายวิธี อาทิเช่น

1. การแจกตัวอย่าง (Sampling) เหมาะกับสินค้าที่มั่นใจในคุณภาพว่าลูกค้าจะติดใจกลับมาซื้อใช้อีก ซึ่งควรแจกให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

2. ขนาดทดลอง (Sampling) ในกรณีที่ลูกค้าไม่มั่นใจที่จะซื้อ ก็อาจทำขนาดทดลองขึ้นมา เช่น แชมพูขนาด 5 บาท 10 บาท ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อไปลองใช้ได้ง่ายขึ้น

3. การลดราคา (Discount) เป็นวิธีที่ลูกค้าชอบที่สุด แต่บริษัทจะไม่ค่อยนิยมเพราะจะเสียรายได้บางส่วนไปอย่างชัดเจน เป็นวิธีที่บริษัทพยายามหลีกเลี่ยงมากที่สุด

4. การให้ของแถม (Premium) โดยควรเลือกของแถมสอดคล้องกับสินค้า เช่น ซื้อยาสิฟีน

แถมแพรงสีฟัน, ซื้อมือถือแถมกล่องสบู่ เป็นต้น

5. การแลกซื้อของแถม (Self Liquidate) เช่น ซื้อมือถือแพงๆเพิ่มเงินเพียง 12 บาท ก็จะได้ของแถมเป็นชุดจานและช้อนส้อมที่มีมูลค่า 30 บาท เป็นต้น

6. ชิ้นส่วนมีมูลค่า (Voucher Pack) เช่น กล่องสีฟัน มีมูลค่า 10 บาท เมื่อนำไปซื้อยาสีฟันกล่องต่อไป หรือ สะสมถุงใส่ขนมปังครบ 5 ถุง นำไปแลกขนมปังฟรี 1 ถุง เป็นต้น

7. ขนาดพิเศษเพิ่มคุณค่า (Bonus Pack หรือ Value Pack) เป็นการเพิ่มปริมาณให้มากขึ้น แต่ขายในราคาเท่าเดิม เช่น เลย์ เพิ่มปริมาณให้ฟรี 30 % เป็นต้น

8. การขายเป็นชุด (Package Deal) เป็นการขายยกชุด แล้วให้ราคาพิเศษ แต่ถ้าซื้อแยกชิ้นจะแพงกว่าซื้อยกชุด เช่น ขายชุดเครื่องสำอางค์ ชุดเย็บผ้า ชุดกระเช้าของขวัญ หรือชุดเครื่องเสียง เป็นต้น

9. การให้ส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก (Volume Discount) ยิ่งซื้อมาก ยิ่งได้ลดมาก

10. การแลกซื้อ (Trade Up หรือ Trade In) เป็นการนำของที่ถูกลงมาแลกของที่แพงกว่า เช่น นำมือถือรุ่นเก่ามาแลกรุ่นใหม่ โดยอาจเพิ่มจำนวนเงินอีกเล็กน้อย

11. เงื่อนไขทางการเงิน (Financial Term) เช่น ระบบเงินผ่อน เงินดาวน์ ลดดอกเบี้ย เป็นต้น

12. การจัดแสดงสินค้า (Display) เป็นการจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้กับร้านค้า เช่น Supermarket เพื่อขอสิทธิพิเศษในการตั้งสินค้าเป็นกองโชว์พิเศษในร้านค้านั้นๆ เพื่อให้สะดวกต่อลูกค้าและดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้า

13. คูปอง (Coupon) เป็นการจัดทำคูปองส่วนลดขึ้นมา เมื่อลูกค้านำคูปองไปซื้อสินค้าก็จะมีส่วนลดตามที่ระบุในคูปองนั้นๆ เช่น คูปองลดราคาอาหารของร้าน Chester Grill, KFC เป็นต้น

14. การรับประกันให้เปลี่ยนและการรับประกันคืนเงิน (Exchange Refund and Guarantee) เป็นการที่ผู้ขายรับประกันยินดีรับเปลี่ยนสินค้าหรือคืนเงินเมื่อสินค้ามีปัญหา เป็นการสร้างความมั่นใจในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า

15. การจัดชิงโชค (Sweepstakes) ข้อดีคือ ทำได้ยาวนาน, กว้างขวาง และสร้างความสนใจได้ดี หากของรางวัลมีมูลค่าสูง เช่น แจกรถหรือแจกดวง

16. การบริการ (Services) การบริการที่ดีย่อมกระตุ้นการขายได้ เช่น ถ้าโรงแรมมีการบริการที่ดี คนก็จะตั้งใจไปใช้บริการอีก

17. การสาธิต (Demonstration) เป็นการแสดงวิธีการใช้งานของสินค้า เช่น สาธิตการใช้เตาไมโครเวฟ หรือกรณีขายเครื่องสำอางค์ก็อาจจะมีการสาธิตการแต่งหน้าโดยใช้ดาราสวยๆมาสาธิต

เป็นการเรียกความสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า

18. การแนะนำสมาชิกโดยสมาชิก (Member - get - member หรือ Customer - get - Customer) นิยมใช้กันมากในกรณีขายบัตรเครดิต, ขายบ้าน หรือขายประกัน โดยจะเป็นการมอบรางวัลให้แก่สมาชิกเดิมที่แนะนำสมาชิกใหม่ให้แก่บริษัท เช่น ขายประกันมีการให้รางวัลสำหรับผู้แนะนำรายชื่อลูกค้า

19. การฝึกอบรม (Training) เป็นการฝึกอบรมให้แก่ลูกค้า เช่นซื้อคอมพิวเตอร์ จะมีการฝึกอบรมวิธีใช้ให้ฟรี

20. การบำรุงรักษาฟรี (Free Maintenance) มักใช้ในสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ซื้อเครื่องปั้มน้ำ มีการบำรุงรักษาให้ฟรี

21. การขนส่งฟรี (Free Delivery) เป็นการบริการขนส่งสินค้าให้ฟรี มักใช้กับสินค้าขนาดใหญ่

22. การติดตั้งให้ฟรี (Free Installment) เช่น ซื้อเครื่องปรับอากาศหรือซื้อเคเบิลทีวี มีบริการติดตั้งให้ฟรี

23. การให้ทดลองใช้ (Trial Use) เป็นการเปิดโอกาสให้นำสินค้าไปทดลองใช้ก่อนในระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากสินค้านั้นมีราคาแพง เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ให้นำไปทดลองก่อนว่าใช้ได้ดีหรือเปล่า ถ้าไม่ดีก็สามารถนำของกลับมาคืนได้โดยไม่ต้องจ่ายเงิน (<http://topicstock.pantip.com/silom/topicstock/2007/08/B5669378/B5669378.html>)

3. ทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นการนำหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการการตัดสินใจเพื่อทำให้ผู้ตัดสินใจมีโอกาสผิดพลาดน้อยลง หรือการตัดสินใจได้ถูกต้องมากขึ้น การตัดสินใจที่จะมีขึ้นภายในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สามารถทำการประเมินได้ ใช้กฎเกณฑ์หรือเครื่องมือดังกล่าวพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด การทำการตัดสินใจได้นำเอาความน่าจะเป็นแบบเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ทั้งนี้เพราะบุคคลต่างมีเหตุผลในการดำเนินธุรกิจของตนย่อมต้องการเลือกผลลัพธ์หรือผลตอบแทนที่ดีที่สุด แต่ถ้ามีทางเลือกเพียงทางเดียว ปัญหาการตัดสินใจก็ไม่เกิดขึ้นเพราะถึงอย่างไรก็ต้องเลือกตามวิถีทางเดียวที่มีอยู่นั้น ซึ่งจะไม่มีการเปรียบเทียบว่าผลลัพธ์หรือผลตอบแทนที่ดีที่สุดหรือไม่ แต่ถ้ามีวิธีให้ผลตอบแทนมากกว่าหนึ่งทางแล้ว ก็จะต้องมีการตัดสินใจเลือกทางหรือวิธีที่จะทำให้ได้ผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจเลือกดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่ยุ่ยากและสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้พยายามหาสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุดโดยสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจในที่นี้คือ หลักเกณฑ์และเครื่องมือต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. มีทางเลือกหลายทาง (Alternatives) ในแต่ละทางเลือกอาจจะอยู่ในรูปนโยบายในการปฏิบัติงานเทคนิค หรือขั้นตอนการดำเนินงาน การที่มีทางเลือกมาก ๆ ถ้าจะอาศัยดุลพินิจส่วนตัวทำการตัดสินใจนั้นอาจจะผิดพลาดขึ้นได้ ดังนั้น จึงต้องอาศัยเครื่องมือหรือเกณฑ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจ เพราะยังมีหลักประกันได้ว่า ไม่ได้ตัดสินใจไปตามดุลพินิจส่วนตัว

2. ข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวน เนื่องจากข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวนมาก ถ้านำดุลพินิจส่วนตัวมาใช้ในกาตัดสินใจแล้ว โอกาสที่จะผิดพลาดมีมาก เพราะไม่อาจจะนำข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดนั้นมาพิจารณาได้ครบถ้วนสมบูรณ์

3. เพื่อลดความขัดแย้งลงเนื่องจากพื้นฐานความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ถ้าไม่อาศัยหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่เหมือนกันทำการตัดสินใจแล้วก็จะทำการตัดสินใจแตกต่างกันออกไปซึ่งจะทำให้คนในองค์การเกิดการขัดแย้งกันขึ้นในกรณีที่ความเห็นแตกต่างกัน

4. เพื่อลดความเสี่ยงการตัดสินใจที่ปราศจากกฎเกณฑ์หรือเครื่องมือแล้ว โอกาสที่เสี่ยงต่อความผิดพลาดนั้นมีสูง แต่การตัดสินใจที่มีเครื่องมือเข้ามาช่วยแล้ว โอกาสของการตัดสินใจที่ผิดพลาดนั้นมีน้อยหรือไม่เลยก็เป็นไปได้

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การพิจารณาคกลงใจซึ่งขาดเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก ในอันที่ให้มีภาระกระทำในลักษณะเฉพาะใด ๆ หรือหมายถึงการตกลงใจเลือกข้อยุติ ข้อขัดแย้ง ข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว

ที่มา: <http://isc.ru.th/data/BA0000821.doc>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ

4.1 ความหมายของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า “การบริการ” หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้”

4.2 การจัดประเภทของธุรกิจบริการ

สามารถจัดได้ 4 ประเภท คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2546)

- ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปของรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
- ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสารบริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
- การซื้อบริการและมีสินค้าพวงมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
- การซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวดแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

5. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ(Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

Maslowเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของMaslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่นๆต่อไปซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ Maslow กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนาตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need –Hierarchy Conception of Human Motivation)

Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

ที่มา : <http://www.kmitnbxmie8.com/index>

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญมาศ ศิริกิจวัฒนา (2543) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสการมีบุตร มีความแตกต่างในการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ ระดับรายได้ อาชีพ ตำแหน่งมีความแตกต่างกันในการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4. ทักษะคิดต่อการประกันชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับกลางกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5. ปัจจัยด้านทักษะคิดต่อการประกันชีวิตมีอิทธิพลสำคัญในการอธิบายค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค โดยยังมีปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ด้วยเช่น อายุ ระดับตำแหน่งหน้าที่ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ดร. อนุญญา โปราณนท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต พบว่า 1. อาจารย์ส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตมีสถานภาพสมรส ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุระหว่าง 46 – 50 ปีขึ้นไป มีรายได้ระหว่าง 25,001–40,000 บาท 2. ปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่อาจารย์ตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ความต้องการความ มั่นคงต่อชีวิต ทรัพย์สินของตนเอง ปัจจัยสำคัญอันดับสุดท้าย คือ ความเกรงใจ ตัวแทน หรือผู้แนะนำ ส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด คือตนเอง และสื่อโฆษณาที่ทำให้อาจารย์ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตอันดับแรกคือ โทรทัศน์ 3. ทักษะคิดของอาจารย์ที่มีต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านบริษัท พบว่า ความมั่นคงของบริษัทมีความสำคัญอันดับแรก 2. ปัจจัยด้านบริการ พบว่า ความรับผิดชอบของตัวแทนและบริษัท มีความสำคัญอันดับแรก และ 3. ปัจจัยด้านผลประโยชน์จากกรมธรรม์ ปัจจัยที่สำคัญ คือ ความแม่นยำถูกต้องของการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และความเป็นธรรมของข้อตกลง และผลประโยชน์ที่ให้แกผู้ทำประกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Purposive Sampling หรือการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้ทำวิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 จนถึงเดือนสิงหาคม 2553 จำนวนทั้งหมด 1,090 คน (ผจศ. เกรียงไกร แก้วทับทิม บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้ สูตรของ Yamane ดังนี้

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

เมื่อ n = จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ผู้วิจัยต้องกำหนดขึ้นมา

ในการวิจัยครั้งนี้เรากำหนดค่าระดับความเชื่อถือที่ 95 % โดยให้มีค่าความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 ดังนั้นจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{1090}{1 + 1090(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1090}{2.7275}$$

$$= 399.63$$

ดังนั้น จึงได้กำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีจำนวน 400 คน

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) ให้ครอบคลุม นิยามศัพท์เฉพาะ
3. นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงให้สมบูรณ์

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ใช้นั้น ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมา เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ การชำระเบี้ยประกันชีวิต และทุนประกันชีวิต

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 6 ด้าน เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วย ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์อ่านแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบว่ามีจุดบกพร่องหรือมีข้อผิดพลาดหรือไม่ แล้วนำแบบสอบถามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำมาปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำไปให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิอีก 3 ท่าน ได้แก่ ท่านอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร ตรวจสอบอีกครั้ง เมื่อถูกต้องหมดทุกอย่างจึงนำแบบสอบถามมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ทำงานชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสเซิวนันส์ จำกัด สาขาสมุทรสงคราม จำนวน 30 ชุด และคำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) เท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง

3.4 การรวบรวมข้อมูล

- สร้างแบบสอบถามสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง
- สร้างกรอบตัวอย่างโดยขอความร่วมมือจากพนักงานบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ในการคัดลอกชื่อ ที่อยู่ เพื่อนำแบบสอบถามไปแจกรวมทั้งขอความช่วยเหลือจากพนักงานช่วยทำการแจกแบบสอบถาม
- เก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย ติดตามการตอบแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามกลับคืนมาโดยทำการติดตามจนกว่าจะได้แบบสอบถามกลับมาทั้งหมด

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - SPSS) เพื่อแจกแจงแสดงถึงค่าสถิติต่างๆ ที่นำมาอธิบายในส่วนของผลการวิจัย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ การชำระเบี้ยประกันชีวิต และทุนประกันชีวิตนำมา แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 6 ด้าน เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วย ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.6 เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ให้คะแนนคำตอบจากแบบสอบถามในการวัดค่าตัวแปรเพื่อสรุปผลวิจัยเป็นค่าในทางสถิติ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้มีดังนี้

คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม เป็นคำถามมีลักษณะประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีระดับความคิดเห็นเรียงกัน 5 ระดับ ซึ่งแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด	5 คะแนน
มีระดับการตัดสินใจมาก	4 คะแนน
มีระดับการตัดสินใจปานกลาง	3 คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อย	2 คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	1 คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับการตัดสินใจ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ: 2536 : 156 -157)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย
 - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนในการดำเนินงาน

1. กำหนดหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย
2. เสนอหัวข้อให้แก่อาจารย์ปรึกษา
3. หลังจากได้รับการอนุมัติแล้ว จึงเริ่มทำบทที่ 1-3 พร้อมแบบสอบถาม
4. ส่งงานวิจัยให้อาจารย์ตรวจสอบแล้วแก้ไขให้ถูกต้อง
5. แจกแบบสอบถาม
6. รวบรวมแบบสอบถาม
7. นำแบบสอบถามมาประมวลผล

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แบบงวดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ทุนประกันชีวิต ได้ผลวิจัยดังตารางดังต่อไปนี้



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศดังนี้

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	190	47.5
หญิง	210	52.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเป็นเพศชายจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุดังนี้

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	61	15.3
26 – 35 ปี	124	31.0
36 – 45 ปี	95	23.8
46 ปีขึ้นไป	120	30.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปีมากที่สุดจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อายุ ไม่เกิน 25 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	139	34.8
สมรสแบบจดทะเบียนสมรส	137	34.3
หม้าย/หย่าร้าง	49	12.3
สมรสแบบไม่จดทะเบียนสมรส	75	18.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ สถานภาพสมรสแบบจดทะเบียนสมรส จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 สถานภาพสมรสแบบไม่จดทะเบียนสมรส จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	52	13.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	85	21.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	85	21.3
อนุปริญญา/ปวส.	70	17.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	108	27.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 85 คน และมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 การศึกษาระดับ ประถมศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	184	46.0
10,001 - 20,000 บาท	129	32.3
20,001 - 30,000 บาท	40	10.0
30,001 บาทขึ้นไป	47	11.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	34	8.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	154	38.5
พนักงานบริษัทเอกชน	78	19.5
รับราชการ	59	14.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	10.0
รับจ้าง	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อาชีพรับราชการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อาชีพรับจ้าง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแบบงวดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบ
สะสมทรัพย์

แบบงวดการชำระเบี้ย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายเดือน	232	58.0
ราย 3 เดือน	54	13.5
ราย 6 เดือน	44	11.0
รายปี	70	17.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์แบบรายเดือนมากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือแบบรายปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 แบบราย 3 เดือน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 แบบราย 6 เดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทุนประกันชีวิต

ทุนประกันชีวิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	137	34.3
100,001 – 200,000 บาท	122	30.5
200,001 – 300,000 บาท	86	21.5
300,001 ขึ้นไป	55	13.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกทุนประกันชีวิตวงเงินไม่เกิน 100,000 บาทมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือทุนประกันชีวิตวงเงินระหว่าง 100,001 – 200,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ทุนประกันชีวิตวงเงินระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ทุนประกันชีวิตวงเงิน 300,001 ขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

จากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ ด้านกรมธรรม์ประกันประกันชีวิต การช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน ได้ผลวิจัยดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านกรมธรรม์ประกันประกันชีวิต

ด้านกรมธรรม์ประกันประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1.ชื่อเสียง ประวัติความมั่นคงของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	157 (23.0)	187 (62.3)	48 (13.0)	8 (1.8)	- -	4.23	0.73	มากที่สุด	1
2.ความเหมาะสมของแบบประกัน	92 (23.0)	249 (62.3)	52 (13.0)	7 (1.8)	- -	4.06	0.65	มาก	4
3.รูปแบบประกันมีลักษณะเด่น	107 (26.8)	219 (54.8)	67 (16.8)	7 (1.8)	- -	4.07	0.70	มาก	3
4.รายละเอียดของกรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ง่าย	121 (30.3)	204 (51.1)	70 (17.5)	5 (1.3)	- -	4.10	0.72	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.12	0.70	มาก	

จากตารางที่ 9 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีดังนี้

ด้านกรรมธรรม์ประกันประกันชีวิต พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านกรรมธรรม์ประกันประกันชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ($\bar{x} = 4.23$) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่อง 1. รูปแบบประกันมีลักษณะเด่น ($\bar{x} = 4.33$) 2. รายละเอียดของกรรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ง่าย ($\bar{x} = 4.29$) 3. ความเหมาะสมของแบบประกัน ($\bar{x} = 4.06$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. วิธีนำเสนอของตัวแทน	108 (27.0)	222 (55.5)	62 (15.5)	8 (2.0)	-	4.08	0.70	มาก	1
2. ทำเลที่ตั้งมองเห็นง่าย	91 (22.8)	216 (54.0)	86 (21.5)	7 (1.8)	-	3.98	0.71	มาก	4
3. ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน	100 (25.0)	216 (54.0)	77 (19.3)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.02	0.72	มาก	3
4. ความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต	109 (27.3)	190 (47.5)	84 (21.0)	13 (3.3)	4 (1.0)	4.06	0.73	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.04	0.72	มาก	

จากตารางที่ 10 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีดังนี้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1.วิธีนำเสนอของตัวแทน ($\bar{x} = 4.08$) 2. ความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต ($\bar{x} = 4.06$) 3. ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน ($\bar{x} = 4.02$) 4. ทำเลที่ตั้งมองเห็นง่าย ($\bar{x} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน	106 (26.5)	219 (54.8)	65 (16.3)	10 (2.5)	- -	4.05	0.72	มาก	1
2. การโฆษณาตามสื่อต่างๆ	109 (27.3)	190 (47.5)	84 (21.0)	13 (3.3)	4 (1.0)	3.97	0.83	มาก	2
3. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	90 (22.5)	151 (37.8)	99 (24.8)	16 (4.0)	44 (11.0)	3.57	1.20	มาก	6
4. การจัดกิจกรรมต่างๆของบริษัท	76 (19.0)	163 (40.8)	130 (32.5)	23 (5.8)	8 (2.0)	3.69	0.91	มาก	4

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปร ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
5. การจัดกิจกรรม บริการสังคม	55 (13.8)	178 (44.5)	120 (30.0)	38 (9.5)	9 (2.3)	3.58	0.92	มาก	5
6. การแจ้งข่าวสาร ให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต	54 (13.5)	204 (51.0)	113 (28.3)	27 (6.8)	2 (0.5)	3.70	0.80	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.76	0.90	มาก	

จากตารางที่ 11 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. การแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน ($\bar{x} = 4.05$) 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.97$) 3. การแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต ($\bar{x} = 3.70$) 4. การจัดกิจกรรมต่างๆของบริษัท ($\bar{x} = 3.69$) 5. การจัดกิจกรรมบริการสังคม ($\bar{x} = 3.58$) 6. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.57$) ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านการบริการ

ด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปร ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ตัวแทนเอาใจใส่ ลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี	97 (24.3)	223 (55.8)	72 (18.0)	8 (2.0)	- -	4.02	0.70	มาก	4
2. ตัวแทนอธิบายหรือ สื่อสารเข้าใจง่าย	92 (23.0)	222 (55.5)	77 (19.3)	8 (2.0)	1 (0.3)	3.99	0.72	มาก	5
3. ความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อ	94 (23.5)	236 (59.0)	64 (16.0)	6 (1.5)	- -	4.04	0.67	มาก	3
4. ความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจได้	118 (29.5)	202 (50.5)	75 (18.8)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.08	0.73	มาก	2
5. ความสะดวกสบาย ของสถานที่จอดรถ	74 (18.5)	191 (47.8)	127 (31.8)	8 (2.0)	- -	3.83	0.74	มาก	8
6. ความรวดเร็วในการ เรียกรถยนต์ใหม่ ทดแทน	84 (21.0)	215 (53.8)	95 (23.8)	5 (1.3)	1 (0.3)	3.94	0.72	มาก	7
7. การได้รับการบริการ อย่างสม่ำเสมอจาก ตัวแทน	85 (21.3)	221 (55.3)	87 (21.8)	7 (1.8)	- -	3.96	0.70	มาก	6

ด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
8. ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์	117 (29.3)	213 (53.3)	65 (16.5)	5 (1.3)	- -	4.11	0.70	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.00	0.71	มาก	

จากตารางที่ 12 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม มีดังนี้

ด้านการบริการ พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์ดี ($\bar{x} = 4.11$) 2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 4.08$) 3. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ($\bar{x} = 4.04$) 4. ตัวแทนเอาใจใส่ลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี ($\bar{x} = 4.02$) 5. ตัวแทนอธิบายหรือสื่อสารเข้าใจง่าย ($\bar{x} = 3.99$) 6. การได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอจากตัวแทน ($\bar{x} = 3.96$) 7. ความรวดเร็วในการเรียกร้องสินไหมทดแทน ($\bar{x} = 3.94$) 8. ความสะดวกสบายของสถานที่จอดรถ ($\bar{x} = 3.83$) ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยในการ
ตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านผลตอบแทน

ด้านผลตอบแทน	ระดับความสำคัญ					\bar{x}	S.D.	แปร ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สามารถกู้ยืมได้โดยมี กรมธรรม์ประกันชีวิต เป็นประกัน	124 (31.0)	209 (52.3)	59 (14.8)	8 (2.0)	- -	4.12	0.72	มาก	1
2. สามารถเพิ่มหรือลด วงเงินประกันชีวิตได้	92 (23.0)	208 (52.0)	84 (21.0)	11 (2.8)	5 (1.3)	3.93	0.81	มาก	3
3. เงินสินไหมทดแทน ในอัตราที่เหมาะสม	94 (23.5)	211 (52.8)	85 (21.3)	10 (2.5)	- -	3.97	0.74	มาก	2
4. สิทธิในการหัก ลดหย่อนภาษี	118 (29.5)	171 (42.8)	93 (23.3)	13 (3.3)	5 (1.3)	3.96	0.87	มาก	4
5. สิทธิในการหยุดส่ง เบี้ยประกันและให้มี ความคุ้มครองตาม วงเงินที่ส่งได้	97 (24.3)	173 (43.3)	115 (28.8)	13 (3.3)	2 (0.5)	3.88	0.83	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85	0.79	มาก	

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
จากตารางที่ 13 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจ

ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขา
สมุทรสงคราม มีดังนี้

ด้านผลตอบแทน พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญ กับ ปัจจัย ด้านผลตอบแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. สามารถกู้ยืมได้โดยมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน ($\bar{x} = 4.12$) 2. เงินสินไหมทดแทนในอัตราที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.97$) 3. สามารถเพิ่มหรือลดวงเงินประกันชีวิตได้ ($\bar{x} = 3.93$) 4. สิทธิ์ในการหักลดหย่อนภาษี ($\bar{x} = 3.96$) 5. สิทธิ์ในการหยุดส่งเบี้ยประกันและให้มีความคุ้มครองตามวงเงินที่ส่งได้ ($\bar{x} = 3.88$) ตามลำดับ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยพื้นฐานพบว่าลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม เป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 เลือกการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์แบบรายเดือน จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 เลือกทุนประกันชีวิตวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต พบว่า

1. ด้านกรรมธรรม์ประกันประกันชีวิต พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านกรรมธรรม์ประกันประกันชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัทไทยสมูทประกันชีวิต จำกัด และให้ความสำคัญในระดับมากเกี่ยวกับเรื่อง 1.รูปแบบประกันมีลักษณะเด่น 2.รายละเอียดของกรรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ง่าย 3.ความเหมาะสมของแบบประกัน ตามลำดับ

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. วิธีนำเสนอของตัวแทน 2. ความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต 3. ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน 4. ทำเลที่ตั้งมองเห็นง่ายตามลำดับ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. การแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ 3. การแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต 4. การจัดกิจกรรมต่างๆของบริษัท 5. การจัดกิจกรรมบริการสังคม 6. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่างตามลำดับ

4. ด้านการบริการ พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์ดี 2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ 4. ตัวแทนเอาใจใส่ลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ดี 5. ตัวแทนอธิบายหรือสื่อสารเข้าใจง่าย 6. การได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอจากตัวแทน 7. ความรวดเร็วในการเรียกرسومใหม่ทดแทน 8. ความสะดวกสบายของสถานที่จอดรถ ตามลำดับ

5. ด้านผลตอบแทน พบว่าลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลตอบแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ลูกค้า ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ให้ ความสำคัญในระดับมาก เกี่ยวกับเรื่อง 1. สามารถกู้ยืมได้โดยมีกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน 2. เงินสินไหมทดแทนในอัตราที่เหมาะสม 3. สามารถเพิ่มหรือลดวงเงินประกันชีวิตได้ 4. สิทธิในการหักลดหย่อนภาษี 5. สิทธิในการหยุดส่งเบี้ยประกันและให้มีความคุ้มครองตามวงเงินที่ส่งได้ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท
บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

การศึกษาปัจจัยพื้นฐานพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าตัดสินใจทำประกันชีวิตพบว่าเป็นเพศหญิง มี
อายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด ส่วน
ใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ได้เลือกการ
ชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์แบบรายเดือนมากที่สุดและเลือกทุนประกันชีวิตวงเงินไม่
เกิน 100,000 บาท

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ ด้านกรมธรรม์ประกันประกัน
ชีวิต การช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ และด้าน
ผลตอบแทน ของลูกค้าที่ ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกัน
ชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม พบว่า ลูกค้าที่ ตัดสินใจทำประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับ ชื่อเสียง
ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด มากที่สุด เพราะ ชื่อเสียง ประวัติ ความ
มั่นคงของบริษัทเป็นเครื่องหมายของความไว้วางใจของลูกค้าที่สนใจทำประกันชีวิตกับบริษัทนี้ ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร. อนุญา โปราณานนท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต พบว่า ทศนคติของอาจารย์ที่มี
ต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านบริษัท พบว่า ความ
มั่นคงของบริษัทมีความสำคัญอันดับแรก 2. ปัจจัยด้านบริการ พบว่า ความรับผิดชอบของตัวแทน
และบริษัท มีความสำคัญอันดับแรก และ 3. ปัจจัยด้านผลประโยชน์จากกรมธรรม์

ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ในการทำวิจัยครั้งนี้

1. ด้านกรมธรรม์ประกันประกันชีวิต ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้
ความสำคัญกับชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท มากที่สุด ดังนั้น บริษัทควรสร้างภาพลักษณ์
ที่ดีในการบริหารงานสู่สายตาลูกค้าให้มากที่สุด

2. การช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มให้ความสำคัญ กับวิธีการ
นำเสนอขายของตัวแทนมากเป็นอันดับแรก ดังนั้น ตัวแทนขายประกัน ควรได้รับการอบรมก่อนที่
จะออกขายเพื่อจะได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลจากการศึกษาพบว่า การให้คำแนะนำของ
ตัวแทนมีความสำคัญมาก ดังนั้นตัวแทนควรให้คำแนะนำอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย

4. ด้านการบริการ ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์ ควรตรงเวลาที่สุุดและรวดเร็วที่สุด

5. ด้านผลตอบแทน ผลจากการศึกษาพบว่าสามารถกู้ยืมได้โดยมีกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกันสำคัญมาก ดังนั้นวงเงินการกู้ยืมควรมีความยุติธรรมรวมถึงอัตราดอกเบี้ยด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะต้องมุ่งไปที่การวิจัยเชิงคุณภาพด้วย หรือทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม และกลยุทธ์ต่างๆทางการตลาด

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเฉพาะกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำที่ทำ ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงครามเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น อาจเป็นการศึกษาบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาอื่นๆ หรือทั่วประเทศ เพื่อขยายผลการศึกษาให้มีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กรมการประกันภัย. ประโยชน์ของการประกันชีวิต (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 17 พฤษภาคม 2553. เข้าได้จาก http://www.oic.or.th/th/elearning/inner_life2.php
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. ความหมายของการบริการ (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2553. เข้าได้จาก <http://angasila.cs.buu.ac.th/~50230575/321491/lesson2.doc>
- ชูชัย เทพสาร. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4P's Service Marketing Mix) (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2553. เข้าได้จาก <http://topicstock.pantip.com/silom/topicstock/2007/08/B5669378/B5669378.html>
- ทฤษฎีการตัดสินใจ (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2553. (ออนไลน์) เข้าได้จาก <http://isc.ru.th/data/BA0000821.doc>
- บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด. รูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 17 พฤษภาคม 2553. เข้าได้จาก <http://www.ocean.co.th/th/home/index.php?type=high>
- พัทธญาณี กัจฉปศิริรินทร์. “โครงสร้างตลาดในประเทศและพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครของธุรกิจประกันชีวิต”. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร), 2546.
- เพ็ญมาศ ศรีกิจวัฒนา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, 2543.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. การวิจัยทางสังคมศาสตร์ : พิมพ์ครั้งที่ 3 เมษายน 2541 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- เพียงใจ สงะระญู . “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการส่วนกลาง”. (วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร), 2545.
- รัตน ศรีรัตนบัลล์. “ทำไมต้องประกันชีวิต” ปีที่ 7 ฉบับที่ 165 เส้นทางนักขาย ปักษ์แรก ประจำวันที่ 1-15 ตุลาคม 2552

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. เทคนิคการวิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2536.
 วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2535.
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การจัดประเภทของธุรกิจบริการ (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม
 2553. เข้าได้จาก <http://www.kmitnbxmie8.com/index>, 2546.
 ศุภางค์ แก้วเข้ม. ความหมายของการประกันชีวิต (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 17 พฤษภาคม 2553. เข้า
 ได้จาก <http://network-delivery.com/>
 อนุญา โปราณานนท์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์สถาบัน
 ราชภัฏสวนดุสิต”, 2545.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

2. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อความที่เป็นจริง หรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

3. ข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

เลขที่

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงกับความคิดเห็น

ของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

- ไม่เกิน 25 ปี 26 – 35 ปี
 36 – 45 ปี 46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรสแบบจดทะเบียน
 สมรส 3. หม้าย/หย่าร้าง 4. สมรสแบบไม่จดทะเบียน
 สมรส

4. การศึกษา

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 4. อนุปริญญา/ปวส.
 5. ปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. รับราชการ
 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

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

7. แบบงวดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

1. รายเดือน 2. ราย 3 เดือน
 3. ราย 6 เดือน 4. รายปี

8. ทุนประกันชีวิต

- ไม่เกิน 100,000 บาท
 100,001 – 200,000 บาท
 200,001 – 300,000 บาท
 300,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท

บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณา ปัจจัยดังต่อไปนี้ว่ามีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ของไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด สาขาสมุทรสงคราม ในระดับใด โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย

✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต					
1. ชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด					
2. ความเหมาะสมของแบบประกัน					
3. รูปแบบประกันมีลักษณะเด่น					
4. รายละเอียดของกรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ง่าย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. วิธีนำเสนอของตัวแทน					
2. ทำเลที่ตั้งมองเห็นง่าย					
3. ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน					
4. ความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน					
2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ					
3. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ					
4. การจัดกิจกรรมต่างๆของบริษัท					
5. การจัดกิจกรรมบริการสังคม					
6. การแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต					
ด้านการบริการ					
1. ตัวแทนเอาใจใส่ลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี					
2. ตัวแทนอธิบายหรือสื่อสารเข้าใจง่าย					
3. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ					
4. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้					
5. ความสะอาดสบายของสถานที่จอดรถ					
6. ความรวดเร็วในการเรียกเรื่องสินไหมทดแทน					
7. การได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอจากตัวแทน					
8. ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลตอบแทน					
1. สามารถกู้ยืมได้โดยมีกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน					
2. สามารถเพิ่มหรือลดวงเงินประกันชีวิตได้					
3. เงินสินไหมทดแทนในอัตราที่เหมาะสม					
4. สิทธิในการหักลดหย่อนภาษี					
5. สิทธิในการหยุดส่งเบี้ยประกันและให้ความคุ้มครองตามวงเงินที่ส่งได้					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัย

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอรพินท์ ฝั่งผาย

ที่อยู่ 15/10 หมู่ 8 ตำบลวัดประดู่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
75110

ประวัติการศึกษา

พ .ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจากโรงเรียนวิริยะวิทยา

มูลนิธิ

พ .ศ. 2546 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนอัมวัน

วิทยาลัย

พ.ศ. 2546 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียน

อัมวันวิทยาลัย

พ.ศ. 2553

กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ

บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะ

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ

เพชรบุรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี