ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ

กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

โดย

นางสาวณัฐกานต์ เอี่ยมอัมพรพงศ์

นางสาวณัฐสุดา คล้ายพันธ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ
กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

โดย

นางสาวณัฐกานต์ เอี่ยมอัมพรพงศ์

นางสาวณัฐสุดา คล้ายพันธ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้วอนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง” เสนอโดยนางสาวณัฐกานต์ เอี่ยมอัมพรพงศ์ และนางสาวณัฐสุดา คล้ายพันธ์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

……..

(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ ……. เดือน ……. พ.ศ. ……

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ประพล เปรมทองสุข

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

……ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

……/……../……..

……กรรมการ

(อาจารย์ประพล เปรมทองสุข)

……/……../……..

……กรรมการ

(อาจารย์กรภัทร พฤกษ์ชัยกุล)

……/……../……..

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

12510052, 12510053: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: พฤติกรรม/ การวิเคราะห์ปัจจัย/ การถดถอยโลจิสติกส์

ณัฐกานต์ เอี่ยมอัมพรพงศ์ และ ณัฐสุดา คล้ายพันธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ประพล เปรมทองสุข. 76 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 260 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ใช้เทคนิคทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นผู้มีสถานภาพโสด จะมีสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไป เป็นผู้มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และพนักงานส่วนใหญ่มีรายได้/เดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสามารถจำแนกปัจจัยได้ 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ โดยใช้ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยอื่นๆ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
พลังแห่งวิทยาศาสตร์ ระดับบัณฑิตศึกษา

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการทำวิจัยในครั้งนี้ เกิดจากบุคคลหลายฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดียิ่ง โดยให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าขณะดำเนินงานวิจัยเล่มนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ประพล เปรมทองสุข อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยโดยให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมถึงให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด อีกทั้งเสียสละเวลาเพื่อให้งานวิจัยเล่มนี้มีความถูกต้องครบถ้วนและเป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งอาจารย์อีกหลายท่านที่ข้าพเจ้าขอคำแนะนำ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ข้อมูลในแบบสอบถามอย่างดียิ่ง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวเอี่ยมอัมพรพงศ์ และครอบครัวคล้ายพันธ์ ซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจ กำลังทรัพย์และสนับสนุนส่งเสริมในทุกๆด้านแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		ค
กิตติกรรมประกาศ		ง
สารบัญตาราง		ช
สารบัญภาพ		ฌ
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	สมมติฐานการวิจัย	3
	ขอบเขตของการศึกษา	3
	กรอบแนวความคิด	5
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
	นิยามศัพท์	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	ประวัติความเป็นมาของบริษัท เอไอเอ	7
	รอบรู้เรื่องประกันชีวิต	9
	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	12
	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	13
	เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ	19
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3	วิธีการดำเนินการวิจัย	31
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
	ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	31

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ หน้า

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล..... 32

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 32

ลักษณะของแบบสอบถาม..... 33

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 34

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 35

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 37

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 37

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ..... 43

ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ..... 52

ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ..... 57

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 60

วัตถุประสงค์การวิจัย..... 60

ระเบียบวิธีวิจัย..... 60

สรุปผลการวิจัย..... 61

อภิปรายผลการวิจัย..... 63

ข้อเสนอแนะ..... 64

บรรณานุกรม..... 66

ภาคผนวก..... 67

ประวัติผู้วิจัย..... 75

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม……	37
2	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม……..…	38
3	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม……...	39
4	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม…..	39
5	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม…….	40
6	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม…….	41
7	แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบ Contingency Coefficient……..…	42
8	การวิเคราะห์หาความเหมาะสมของข้อมูลโดยใช้เทคนิค KMO and Bartlett’s Test	43
9	แสดง Total Variance Explained…….	44
10	ผลลัพธ์แสดงเมทริกซ์องค์ประกอบที่หมุนแกนแบบ Varimax……	46
11	Variables in the Equation……	50
12	แสดง Hosmer and Lemeshow Test ……	51
13	แสดง Classification Table ……..……	51
14	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ……..	52
15	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่เลือกทำประกันชีวิต……..	52
16	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ……..	53
17	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต……	53
18	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต……..	54
19	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัวที่ทำประกันชีวิต…….	54
20	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี…….	55
21	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการผ่อนชำระ……	55
22	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่มีในปัจจุบัน……	56
23	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุกรมธรรม์……	56

พลังแห่งปัญญาประดับบารมี

ตารางที่ หน้า

24 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบริษัทประกันชีวิต……..…… 57

25 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ…… 58

26 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต……... 59

บัณฑิตวิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวความคิดในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษา พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง……..	5
2	แสดงความสัมพันธ์โลจิสติกส์เมื่อตัวแปรตามมี 2 ค่า…….	24
3	แสดงแบบจำลอง Binary Regression Logistic……	26
4	แสดงแบบจำลอง Multinominal Logistic Regresion……..	27

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการทำวิจัยในครั้งนี้ เกิดจากบุคคลหลายฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดียิ่ง โดยให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าขณะดำเนินงานวิจัยเล่มนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ประพล เปรมทองสุข อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยโดยให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมถึงให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด อีกทั้งเสียสละเวลาเพื่อให้งานวิจัยเล่มนี้มีความถูกต้องครบถ้วนและเป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งอาจารย์อีกหลายท่านที่ข้าพเจ้าขอคำแนะนำ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ข้อมูลในแบบสอบถามอย่างดียิ่ง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวเอี่ยมอัมพรพงศ์ และครอบครัวคล้ายพันธ์ ซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจ กำลังทรัพย์และสนับสนุนส่งเสริมในทุกๆด้านแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		ค
กิตติกรรมประกาศ		ง
สารบัญตาราง		ช
สารบัญภาพ		ฌ
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	สมมติฐานการวิจัย	3
	ขอบเขตของการศึกษา	3
	กรอบแนวความคิด	5
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
	นิยามศัพท์	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	ประวัติความเป็นมาของบริษัท เอไอเอ	7
	รอบรู้เรื่องประกันชีวิต	9
	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	12
	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	13
	เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ	19
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3	วิธีการดำเนินการวิจัย	31
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
	ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	31

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ หน้า

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล..... 32

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 32

ลักษณะของแบบสอบถาม..... 33

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 34

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 35

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 37

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 37

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ..... 43

ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ..... 52

ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ..... 57

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 60

วัตถุประสงค์การวิจัย..... 60

ระเบียบวิธีวิจัย..... 60

สรุปผลการวิจัย..... 61

อภิปรายผลการวิจัย..... 63

ข้อเสนอแนะ..... 64

บรรณานุกรม..... 66

ภาคผนวก..... 67

ประวัติผู้วิจัย..... 75

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันชีวิตของมนุษย์ต้องเผชิญกับความเสี่ยงภัยอยู่ตลอดเวลา ทั้งภัยที่เกิดจากธรรมชาติและเกิดจากการกระทำของมนุษย์ซึ่งความเสี่ยงต่อการเสียชีวิต การบาดเจ็บหรือทุพพลภาพ ทั้งที่ไม่อาจป้องกันหรือหลีกเลี่ยงได้ โดยเฉพาะการเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าและการเสียชีวิตจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ทำให้มนุษย์เกิดความหวาดระแวงกับสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นและไม่รู้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่ มนุษย์จึงพยายามแสวงหาหนทางเพื่อให้มีชีวิตยืนยาวรวมทั้งการวางหลักประกัน เพื่อการดำรงชีวิตอยู่อย่างมั่นคงของครอบครัวและเป็นการเตรียมการป้องกันให้กับชีวิตในอนาคต โดยเฉพาะหัวหน้าครอบครัวย่อมมีความห่วงใยในความเป็นอยู่ของสมาชิกในครอบครัว เพราะหากหัวหน้าครอบครัวประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยจนทำให้เกิดการสูญเสียถึงชีวิตและทรัพย์สินอาจส่งผลให้คนที่เหลือในครอบครัวเกิดความเดือดร้อน เนื่องจากขาดเสาหลักของครอบครัวจึงทำให้ครอบครัวประสบกับการขาดรายได้และปัญหาทางการเงิน ดังนั้นการประกันชีวิตจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยกระจายความเสี่ยงต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัว

การประกันชีวิตจึงเป็นเครื่องมือที่ดีในการสร้างความอุ่นใจและความมั่นคงให้แก่ครอบครัว เป็นการประกันความคงอยู่ของรายได้ หรือการประกันความคงอยู่ของปัจจัยในการดำรงชีวิต เพื่อความสุขและความมั่นคงของชีวิต การประกันชีวิตไม่เพียงแต่จะเป็นการคุ้มครองเมื่อคนเราจากไปเท่านั้น แต่การประกันชีวิตยังเป็นการคุ้มครองยามแก่ชรา รวมถึงเป็นทุนการศึกษาและความต้องการที่จำเป็นอื่นๆ เพื่อให้ชีวิตของคนคนหนึ่งได้บรรลุเป้าหมายของชีวิตอย่างแท้จริง ปัจจุบันการทำประกันชีวิตเป็นเรื่องที่ง่าย กรมธรรม์ประกันชีวิตก็มีหลายรูปแบบและมีบริษัททำประกันชีวิตเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นบริษัทเอไอเอ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต บริษัทไทยประกันชีวิต บริษัทอยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี. ฯลฯ ซึ่งเป็นทางเลือกให้กับผู้ทำประกัน บริษัทเอไอเอถือว่าเป็นบริษัทที่ได้รับความน่าเชื่อถือเป็นอันดับหนึ่ง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

โดยได้รับความน่าเชื่อถือถึงร้อยละ 51.61 ซึ่งเป็นผลการสำรวจจาก Thailand Most Admired Brand 2011 ที่ทางนิตยสาร BrandAge ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2011 ได้ร่วมกับคณาจารย์จากหลายสถาบันทำการสำรวจขึ้น โดยในปี 2553 บริษัทเอไอเอเป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจประกันชีวิตสูงที่สุดทั้งในแง่ของเบี้ยปีแรก (First Year Premium) และเบี้ยปีต่อ (Renewal Premium) โดยมีเบี้ยประกันรับรวม (Written Premium มาจากเบี้ยปีแรกรวม Single Premium และเบี้ยปีต่อ) จำนวน 91,705.2 ล้านบาท ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 31.0 ทำให้บริษัทเอไอเอเป็นบริษัทประกันชีวิตที่น่าสนใจ

กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่และเป็นองค์กรของภาครัฐที่มีพนักงาน ข้าราชการเป็นจำนวนมาก โดยกรมบัญชีกลางมีหน้าที่ควบคุมและกำหนดระบบบัญชีของรัฐบาล ระบบบัญชีของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ กำหนดหลักเกณฑ์ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบการเงิน การคลัง บริหารเงินคงคลังของประเทศให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายของรัฐบาล ควบคุมการจ่ายเงินทั้งที่เป็นเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ กำหนดเงินเดือนค่าจ้าง ตลอดจนบำเหน็จบำนาญและเงินตอบแทนของข้าราชการและลูกจ้าง เนื่องจากพนักงานต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว ดังนั้นพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังจึงทำประกันชีวิต เพราะเมื่อเกษียณอายุราชการไปแล้ว นอกจากจะได้เงินบำเหน็จ บำนาญ ก็ยังจะมีเงินออมที่ได้จากการทำประกันชีวิตอีกด้วย จากประเด็นต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทเอไอเอในการนำไปปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

2. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่จะใช้บริการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

3. สมมติฐานการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

3. ปัจจัยด้านสังคม,ปัจจัยด้านวัฒนธรรม,ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

4. ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยตามปัจจัยดังกล่าว

ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง มีขอบเขตด้านตัวแปรดังนี้

1.ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.ตัวแปรด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท สถานภาพ

4.ตัวแปรด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย ชั้นสังคม

5.ตัวแปรด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทัศนคติ บุคลิกภาพ

ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

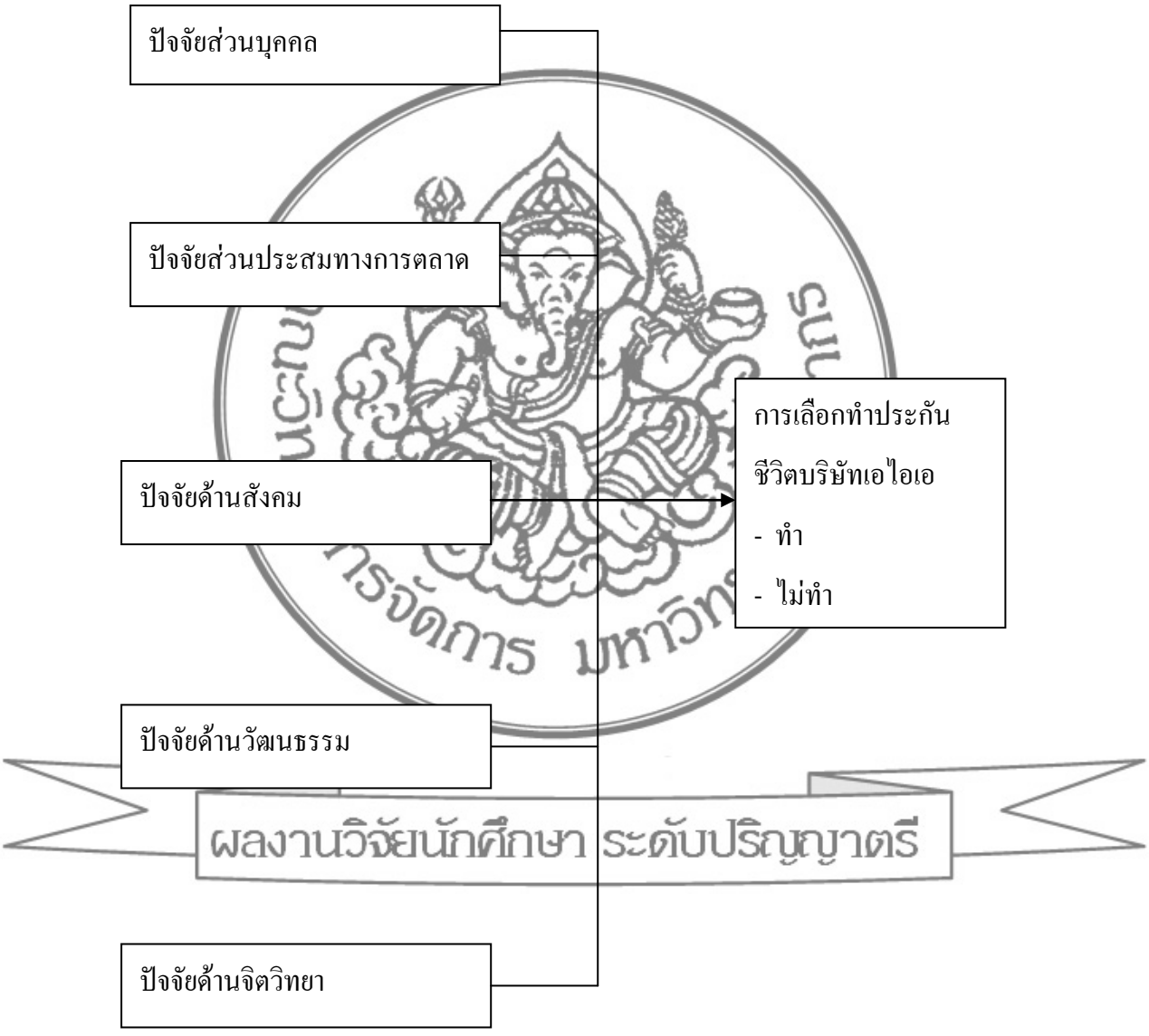
ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลในวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554

ภาษาและการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5. กรอบแนวความคิด

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษา พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังนี้



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษา พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

6. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ที่แสดงออกถึงการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับบริษัท เอไอเอ ในการวางแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งนำไปช่วยปรับแผนการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

7. นิยามศัพท์

การประกันชีวิต หมายถึง การชดเชย รายได้ที่ต้องสูญเสียไปอันเนื่องมาจากการตาย ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงหรือชราภาพ โดยบริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ ตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต

ผู้เอาประกันภัย หมายถึง บุคคลที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันชีวิต โดยอาศัยสาเหตุของการมีชีวิตหรือการตายเป็นเงื่อนไขในการจ่ายเงินประกันชีวิต

ผู้รับผลประโยชน์ หมายถึง บุคคลที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิตว่าจะเป็นผู้ได้รับเงินประกันชีวิตตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ผู้รับผลประโยชน์อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้เอาประกันก็ได้

กรมธรรม์ประกันภัย หมายถึง สัญญาประกันภัยที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทประกันภัย (ผู้รับประกัน) กับผู้เอาประกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
เพื่อการวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เบี้ยประกันภัย หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายให้กับบริษัท เพื่อซื้อความคุ้มครองที่จะได้รับจากการประกันชีวิต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท เอไอเอ
2. เอกสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค
5. เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ
   5.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)
   5.2 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistle Regression Analysis)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันวิทยบริการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท เอไอเอ

เอกสารวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เอไอเอ ประเทศไทย ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตมานานกว่า 70 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2481 และเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มบริษัท เอไอเอ นอกจากธุรกิจประกันชีวิตแล้ว เอไอเอ ประเทศไทยยังให้บริการประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ ประกันสินเชื่อ ประกันภัยกลุ่ม และบริการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

กลุ่มบริษัท เอไอเอ เป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำในภูมิภาคเอเชียที่มีรากฐานอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานานกว่า 90 ปี โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าบุคคลและ

ลูกค้าองค์กรทั้งในด้านการประกันชีวิต การวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณ การประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพรวมทั้งการบริหารสินทรัพย์ ผ่านเครือข่ายตัวแทนกว่า 320,000 คนและพนักงานกว่า 23,500 คน ใน 15 ประเทศ โดยให้บริการลูกค้ากว่า 23 ล้านคนทั่วภูมิภาค

กลุ่มบริษัทเอไอเอมีสำนักงานสาขา บริษัทย่อย และบริษัทในเครือในประเทศออสเตรเลีย บรูไน จีน ฮ่องกง อินเดีย อินโดนีเซีย มาเก๊า มาเลเซีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ไทย และเวียดนาม(บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด 2554)

วิสัยทัศน์

"เป็นองค์กรแบบอย่างที่ได้รับการยอมรับโดยปราศจากข้อโต้"

จุดเด่นทางธุรกิจ

ความมั่นคงทางการเงิน

เพราะเอไอเอตระหนักดีว่า วัตถุประสงค์หลักของการประกันชีวิต คือ การสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับผู้ถือกรมธรรม์ เอไอเอจึงมุ่งดำเนินธุรกิจ โดยยึดมั่นในระบบการพิจารณาประกันภัย การบริหารจัดการและบริหารการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการบริหารอย่างรัดกุมและคำนึงถึงสภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เพื่อให้สินทรัพย์ลงทุนมีความเสี่ยงต่ำ เป็นที่เชื่อมั่นในหมู่ผู้ถือกรมธรรม์ โดยเมื่อเร็วๆนี้ ฟิทช์ เรทติ้งส์ ได้ประกาศจัดอันดับความแข็งแกร่งทางการเงินภายในประเทศ(National IFS) แก่ เอไอเอ ประเทศไทยที่ 'AAA (tha)' แนวโน้มมีเสถียรภาพ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผู้นำตลาดในธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

เอไอเอ นับเป็นบริษัทที่ให้บริการประกันชีวิต และการบริการทางการเงินที่ครบวงจร ทั้งยังเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาแบบกรมธรรม์ที่หลากหลาย ตอบตอบสนองความต้องการของผู้ถือกรมธรรม์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยการวิเคราะห์ และวิจัยความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงแนวโน้มตลาดและสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอย่างเป็นระบบ ยิ่งไปกว่านั้น เอไอเอ ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการประกันชีวิตไทย เช่น การขยายออกสู่ตลาดชนบท เพื่อส่งเสริมให้คนไทยในทุกภูมิภาคถือกรมธรรม์อย่างน้อย 1 กรมธรรม์ต่อ 1 ครอบครัว

เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินให้ทุกครัวเรือน รวมถึงการตรวจสุขภาพทางการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ตัวแทนประกันชีวิตของ เอไอเอ สามารถวิเคราะห์ความต้องการทางเงินที่แท้จริงของลูกค้าและนำเสนอการวางแผนทางการเงินที่สอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตของลูกค้า เพื่อยกระดับธุรกิจประกันชีวิตให้ได้มาตรฐานและมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

ตัวแทนและพนักงานคุณภาพ

เอไอเอมุ่งพัฒนาตัวแทนประกันชีวิตและพนักงานให้มีคุณภาพ มีทักษะความชำนาญด้านต่าง ๆ มาโดยตลอด โดยในปี พ.ศ. 2546 เอไอเอได้สร้างศูนย์ฝึกอบรมแห่งแรกที่อาคารสาทรซิตี้ ทาวเวอร์ นับเป็นศูนย์ฝึกอบรมของ เอไอเอ ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเพียบพร้อมด้วยอุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยครบวงจรและเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2550 เอไอเอได้เปิดศูนย์ฝึกอบรม ที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกอบรมแห่งแรกในต่างจังหวัดนอกจากนี้บริษัทยังจัดหลักสูตรฝึกอบรมตัวแทนที่ได้มาตรฐานทัดเทียมกับหลักสูตรการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเพื่อเตรียมความพร้อมให้ตัวแทนฯ มีความเป็นมืออาชีพ สามารถให้คำปรึกษาแนะนำลูกค้าในด้านการประกันชีวิตและการวางแผนการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ จนเป็นที่ยอมรับว่าตัวแทนประกันชีวิตเอไอเอ มีคุณภาพและมีมาตรฐานการทำงานอย่างมีระบบ (บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด 2554)

2. เอกสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต

2.1.การประกันชีวิตคืออะไร

การประกันชีวิต คือ การชดเชยรายได้ที่ต้องสูญเสียไปอันเนื่องมาจากการตายทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงหรือชราภาพ โดยบริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผู้เอาประกันภัย คือ บุคคลที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันชีวิตโดยอาศัยสาเหตุของการมีชีวิตหรือการตายเป็นเงื่อนไขในการจ่ายเงินประกันชีวิต

ผู้รับผลประโยชน์ คือ บุคคลที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิตว่าจะเป็นผู้ได้รับเงินประกันชีวิตตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ผู้รับผลประโยชน์อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้เอาประกันภัย

2.2 ทำไมจึงต้องมีการประกันชีวิต

ผู้เอาประกันชีวิตต้องการได้รับประโยชน์ในด้านความคุ้มครอง คือ เมื่อมีภัยเกิดขึ้นแก่ชีวิตทำให้ผู้เอาประกันภัยต้องสูญเสียรายได้เนื่องจากการตาย ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงหรือชราภาพบริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้ตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์แล้วแต่กรณี

เพื่อการออมทรัพย์ หากผู้เอาประกันภัยเลือกซื้อการประกันชีวิตแบบที่มีการออมทรัพย์รวมอยู่ด้วย ผู้เอาประกันภัยจะได้รับเงินก้อนหนึ่งตามที่ตกลงไว้เมื่อมีชีวิตอยู่ ณ วันที่สัญญาครบกำหนด ทั้งนี้บริษัทประกันชีวิตจัดเป็นสถาบันการเงินเช่นเดียวกับธนาคารและบริษัทเงินทุน

การประกันชีวิตให้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ บริษัทประกันชีวิตจะนำเอาเงินส่วนที่เป็นเงินออมของผู้เอาประกันภัยไปลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ เช่น พันธบัตร รัฐบาลไทย พันธบัตรขององค์การหรือรัฐวิสาหกิจ หรือตั๋วเงินคลังของกระทรวงการคลัง หรือนำไปลงทุนซื้อหุ้นหรือหุ้นกู้ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้รัฐบาลสามารถนำเงินส่วนนี้ไปใช้ในการก่อสร้างโรงไฟฟ้า ถนนหนทาง รถไฟฟ้าและอื่นๆ อันเป็นการลดภาระของรัฐบาลที่จะต้องกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ

2.3 การประกันชีวิตแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท

(1) ประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance) คือการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยค่อนข้างสูง เหมาะสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางหรือสูง โดยทั่วไปกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปี รายหกเดือน หรือรายสามเดือน การพิจารณารับประกันชีวิตมีทั้งแบบตรวจสุขภาพ และไม่ต้องตรวจสุขภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินเอาประกันภัยและอายุเป็นสำคัญ

พลังแห่งวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา

(2) ประเภทอุตสาหกรรม (Industrial Life Insurance) คือการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยค่อนข้างต่ำ จึงไม่มีการตรวจสุขภาพ การพิจารณารับประกันชีวิตอาศัยข้อมูลจากคำแถลงในใบคำขอเอาประกันภัย โดยทั่วไปกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายเดือนอาจมีเงื่อนไขกำหนดระยะเวลารอคอยก็ได้ ระยะเวลารอคอย (Waiting Period) คือระยะเวลาที่กำหนดไว้เพื่อพิสูจน์สุขภาพของผู้เอาประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาดังกล่าวบริษัทประกันชีวิตไม่ต้องจ่ายเงินบริษัทประกันชีวิตไม่ต้องจ่ายเงินเอาประกันภัย โดยทั่วไปกำหนดไว้ 180 วัน

(3) ประเภทกลุ่ม (Group Life Insurance) คือการรับประกันชีวิตบุคคลหลายคนภายใต้กรมธรรม์ประกันภัยฉบับเดียว โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงภัยของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ยไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัยและใช้เบี้ยประกันภัยอัตราเดียวกับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้นๆ การประกันภัยประเภทนี้อัตราดอกเบี้ยประกันภัยจะถูกกว่าการประกันภัยประเภทอื่นๆ เหมาะสำหรับพนักงานในบริษัทต่างๆ

2.4 ประกันชีวิตแบ่งออกได้เป็น 4 แบบ

(1) แบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance) คือการประกันชีวิตที่บริษัทตกลงว่าจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้รับประโยชน์ ถ้าหากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น 1 ปี 5 ปี 10 ปี หรือ 20 ปี สัญญาประกันชีวิตแบบนี้มีลักษณะเป็นการให้ความคุ้มครองการเสี่ยงภัยอันเกิดจากการเสียชีวิตแต่เพียงอย่างเดียว ไม่มีการสะสมทรัพย์รวมอยู่ด้วย จึงมีลักษณะเช่นเดียวกับสัญญาประกันอัคคีภัย เมื่อครบกำหนดสัญญาแล้วจึงไม่มีมูลค่าใด ๆ คืนให้แก่ผู้เอาประกัน

(2) แบบตลอดชีพ (Whole life Insurance) คือการประกันชีวิตที่บริษัทตกลงว่าจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต โดยไม่คำนึงว่าจะเสียชีวิตเมื่อใด แต่ถ้าหากผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนถึงอายุ 99 ปี บริษัทประกันชีวิตก็จะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้เอาประกันภัย

(3) แบบสะสมทรัพย์ (Endowment Insurance) คือการประกันชีวิตที่บริษัทตกลงว่าจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้รับประโยชน์ ถ้าหากผู้เอาประกันชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือจ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันภัยถ้าหากผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่ในวันที่สัญญาครบกำหนด

(4) แบบเงินได้ประจำ (Annuities Insurance) คือการประกันชีวิตที่บริษัทตกลงว่าจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเป็นประจำให้แก่ผู้เอาประกันภัย เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่ในวันที่กำหนดไว้ในสัญญาโดยทั่วไปเมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่ในวันที่กำหนดไว้ในสัญญาโดยทั่วไปเงินได้ประจำจะจ่ายเป็นปีทุกๆปี จนครบตามเงื่อนไขของสัญญา สัญญาประกันชีวิตแบบนี้เหมาะกับผู้เอาประกันภัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสะสมทรัพย์ไว้เป็นค่าใช้จ่ายหลังจากที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว

พลังแห่งวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546:172) ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด เป็นต้น การเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อจะสนองความต้องการของบุคคล ประกอบด้วย การตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product's Design) ชื่อตราสินค้า (Brand Name) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) การรับประกัน (Warranties) เป็นต้น

3.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ วอกเกอร์ และสแตนตัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 173) ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3.3 การจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เป็นโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
พลังแห่งวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล เซมินิก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546 : 173) โดยใช้เพื่อ จูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ วอกเกอร์และสแตนตัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์2546:173) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร มีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน

4. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดควบคุมและจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

- สิ่งกระตุ้นราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

(3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

(1) การรับรู้ความต้องการ(ปัญหา)

(2) การค้นหาข้อมูล

(3) การประเมินผลทางเลือก

(4) การตัดสินใจซื้อ

(5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่างการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้า ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมปัง เป็นต้น

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อใด เช่น โฟร์โมสต์ มะลิ เป็นต้น

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่างผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่างผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่างผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

ปัจจัยภายนอก (สังคมและวัฒนธรรม) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยภายนอก(สังคมและวัฒนธรรม)ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค [External factors (Social and cultural) influencing consumer behavior] เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การทราบถึงลักษณะความต้องการของการทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสังคมและวัฒนธรรมจะช่วยนักการตลาดในการจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเน ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและปัจจัยด้านสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรม (Cultural) เป็นผลรวมที่เกิดจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อ ค่านิยม และประเพณี ซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคมใดสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย และชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับ จากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคม หรือเป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรม

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน หรือหมายถึง กลุ่มย่อยของวัฒนธรรม ซึ่งมีรูปแบบทางพฤติกรรมที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นภายในวัฒนธรรมเดียวกัน ในแต่ละวัฒนธรรมพื้นฐานจะประกอบด้วยวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับสมาชิกในกลุ่มนั้นๆ

1.3 ชั้นสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกที่อยู่ในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำ และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) หมายถึง รูปแบบหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อ ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น หรือเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพล ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

2.2 ครอบครัว (Family) ครอบครัวประกอบด้วย บิดามารดา และพี่น้องครอบครัว ถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว ผู้ผลิตสินค้าจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การ และสถาบันต่างๆ โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Personal factors influencing consumer behavior) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ

1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี , 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35- 49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลซึ่งการดำรงชีวิต ในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

4. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) โอกาสทางเศรษฐิจของบุคคลจะกระทบสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

6. ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ปัจจัยภายใน(ปัจจัยด้านจิตวิทยา)ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค [Internal factors (Psychological) influencing consumer behavior] ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

1. การจูงใจ (Motivation) เป็นสภาพจิตใจภายในของบุคคล ซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ

2. การรับรู้ (Perception) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมีการรับรู้ จัดระเบียบ หรือการกำหนดความหมายของสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า หรือเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องกัน หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ หรือหมายถึงขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและพฤติกรรมการบริโภค

4. ความเชื่อถือ (Beliefs) หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5. ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคลความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

6. บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีแนวโน้มคงที่ และสอดคล้องกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546: 196-215)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
พลังแห่งปัญญา ระดับประเทศ

5. เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ

5.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นเทคนิคที่จับกลุ่ม รวมกลุ่ม หรือรวมตัวแปรที่มี ความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่ม หรือปัจจัยเดียวกัน ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกัน จะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์ นั้นอาจจะเป็นไปในทิศทางบวก (ไปในทิศทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้าม) ก็ได้ ส่วนตัวแปรที่คนละปัจจัยจะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อย หรือในอีกความหมายของวิเคราะห์องค์ประกอบ หรือเรียกว่า การวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลการวัดโดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคหลายชุดหรือหลายด้าน อาจใช้แบบทดสอบ แบบวัด แบบสำรวจ ฯลฯ อาจใช้ชุดเดียวแต่มีการวัดแยกเป็นหลายด้านหรือหลายชุดก็ได้ ผลการวิเคราะห์จะช่วยให้ทราบว่าเครื่องมือ หรือเทคนิคเหล่านั้นวัดแต่ละองค์ประกอบมากน้อยเพียงใด

(1) วัตถุประสงค์ของเทคนิค Factor Analysis

- เพื่อศึกษาว่าตัวประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยที่จำนวนตัวประกอบร่วมที่หาได้มีจำนวนน้อย จำนวนตัวแปรนั้นมีตัวประกอบร่วมอะไรบ้าง

- เพื่อต้องการทดสอบสมมุติฐาน เกี่ยวกับโครงสร้างของตัวประกอบว่าแต่ละตัวประกอบด้วยอะไรบ้าง และตัวแปรแต่ละตัวควรมีน้ำหนักหรืออัตราความสัมพันธ์กับตัวประกอบมากน้อยเพียงใด ตรงกับที่คาดคะเนไว้หรือไม่

ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาตรี

(2) ประโยชน์ของเทคนิค Factor Analysis

- ลดจำนวนตัวแปร โดยการรวมตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ปัจจัยเดียวกันปัจจัยที่ได้ถือเป็นตัวแปรใหม่ที่สามารถหาค่าข้อมูลของปัจจัยที่สร้างขึ้นได้ เรียกว่า Factor scoreแล้ว จึงสามารถนำปัจจัยที่ได้ถือเป็นตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

- ใช้ในการแก้ปัญหาอันเนื่องมาจากการที่ตัวแปรอิสระของเทคนิคการวิเคราะห์สมการความถดถอยมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ซึ่งวิธีการอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหานี้คือ การรวมตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ไว้ด้วยกัน โดยการสร้างเป็นตัวแปรใหม่หรือ

เรียกว่าปัจจัย โดยใช้เทคนิค Factor analysis แล้วนำปัจจัยดังกล่าวไปเป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ความถดถอยต่อไป

- ทำให้เห็นโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา เนื่องจากเทคนิคFactor analysis จะหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรทีละคู่แล้วรวมตัวแปรที่สัมพันธ์กันมาก ไว้ในปัจจัยเดียวกันจึงสามารถวิเคราะห์โครงสร้างที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันได้ ทำให้สามารถอธิบายความหมายของแต่ละปัจจัยได้

(3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ของเทคนิค Factor Analysis

- การสร้างเมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ของตัวแปรทุกตัว (Correlation matrix) เป็นขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะดำเนินการหาความสัมพันธ์ในรูปแบบเส้นตรง โดยวิธีของ Pearson correlation ระหว่างตัวแปรทุกคู่ที่ต้องการนำมาจัดกลุ่มซึ่งจะอยู่ในรูปของ Correlation matrix การหาความสัมพันธ์จะมีประโยชน์ในการนำตัวแปรไปใช้จัดกลุ่มด้วยวิธีของการวิเคราะห์ตัวประกอบ โดยมีการพิจารณาดังนี้

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ +1 หรือ -1 แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นมีความสัมพันธ์กันมาก ควรอยู่ใน Factor เดียวกัน

2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ศูนย์แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อยมาก ควรอยู่คนละ Factor

3. ถ้ามีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นหรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือน้อยมาก ควรอยู่คนละ Factor

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. ถ้ามีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นหรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือน้อยมาก ควรตัดตัวแปรนั้นออกจากการวิเคราะห์

- การสกัดปัจจัย (Factor extraction) วัตถุประสงค์ คือ การหาจำนวน Factor ที่สามารถใช้ตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ วิธีการสกัดปัจจัยแบ่งออกเป็น 2 วิธีใหญ่ๆ คือ

1. วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis : PCA) วิธีนี้ อาศัยหลักความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรที่ใช้เป็นข้อมูลเป็นองค์ประกอบหลัก ตัวแปรคือการผสมเชิงเส้นตรง (Linear combination) ของตัวแปรที่อธิบายการผันแปรของข้อ มูล

ได้มากที่สุดจากนั้นหาการผสมที่สองที่สามารถอธิบายการผันแปรได้มากที่สุดเป็นอันดับที่สอง โดยที่ไม่สัมพันธ์กับการผสมแรก ทำเช่นนี้เรื่อยไปจนได้องค์ประกอบหลัก (ปัจจัย) ที่สามารถอธิบายการผันแปรของทุกตัวแปรได้ครบถ้วน ซึ่งองค์ประกอบหลักจะอธิบายการผันแปรได้น้อยลงตามลำดับและทุกองค์กร

2. วิธีองค์ประกอบร่วม (Common Factor Analysis : CFA) วิธีนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5 วิธี ดังนี้

2.1 วิธีกำลังสองน้อยที่สุดไม่ปรับน้ำหนัก (Unweighted Least Square) เป็นวิธีการสกัดปัจจัย โดยจะกำหนดจำนวนไว้ตายตัวและพยายามหาเมตริกซ์แบบแผนของปัจจัย (Factor pattern matrix) ที่ทำให้ผลรวมของความแตกต่างกำลังสองระหว่างเมตริกซ์ที่คำนวณได้หรือเมตริกซ์ความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นใหม่และเมตริกซ์ความสัมพันธ์เดิมระหว่างตัวแปรที่มีค่าน้อยที่สุด

2.2 วิธีกำลังสองน้อยที่สุดทั่วไป (Generalized Least Square : USL) เป็นวิธีการที่ใช้หลักเกณฑ์อย่างเดียวกันกับวิธีอื่นๆ ที่นอกเหนือจากวิธีองค์ประกอบหลัก เพียงแต่มีการถ่วงน้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงปฏิภาคกลับกับความเด่นเฉพาะ(Uniqueness) ของตัวแปรนั้น โดยให้ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความเด่นเฉพาะมาก มีน้ำหนักน้อยกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความเด่นเฉพาะต่ำ ซึ่งความเด่นเฉพาะของตัวแปรคือ อัตราความไม่สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว สามารถวัดได้จากค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์เชิงส่วน (Partial correlation coefficient)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

2.3 วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Method : ML) เป็นวิธีการที่ใช้หาค่าโดยการประมาณที่สามารถจะใช้เมตริกซ์ความสัมพันธ์ที่คำนวณได้ใกล้กับเมตริกซ์ที่ได้จากการสังเกต โดยสมมติว่าข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลตัวอย่างที่มีการกระจายปกติหลายตัวแปร และโดยการปรับน้ำหนักค่าความสัมพันธ์ในเชิงปฏิภาคกลับ กับความเด่นเฉพาะของตัวแปร ซึ่งจะกระทำการคำนวณซ้ำหลายๆครั้ง จนกว่าจะได้เมตริกซ์ที่ใกล้กับเมตริกซ์ที่ได้จากการสังเกต

2.4 วิธีอัลฟ่า (Alpha Method) เป็นการใช้หลักการเดียวกับวิธีการแยกปัจจัยแบบอื่นๆ คือ มีการตั้งสมมติฐานไว้ว่าตัวแปรแต่ละตัวมีส่วนประกอบ 2

ส่วน คือ ปัจจัยร่วมและปัจจัยเฉพาะ วัตถุประสงค์ของวิธีการแยกปัจจัยโดยอาศัยค่าอัลฟ่า คือ หาปัจจัยที่เป็นตัวแทนของคุณสมบัติของประชากร หรือมีอัตราการใช้ได้ทั่วไปสูงสุด (Maximum generalizability)

2.5 วิธีเงา (Image method) เป็นวิธีการแยกปัจจัยอีกวิธีหนึ่งซึ่งสมมติว่า ตัวแปรแต่ละตัวแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกิดจากปัจจัยร่วมและส่วนที่เกิดจากปัจจัยเฉพาะสัดส่วนที่แน่นอนของทั้งสองส่วนนี้ได้จากการประมาณ โดยอาศัยเมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

- การหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) เป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรให้เห็นเด่นชัดว่าตัวแปรหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มหรือในปัจจัยใด เนื่องจากในการสกัดปัจจัยจะได้ปัจจัยหรือหลายปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยจะเกิดการรวมตัวแปรแบบเชิงเส้นตรงแต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ตัวแปรหนึ่งๆอาจจะเป็นสมาชิกในหลายปัจจัยซึ่งยากต่อการให้ความหมายของปัจจัยและการกำหนดชื่อปัจจัยหรือ อาจได้ความหมายของแต่ละปัจจัยไม่ชัดเจน การหมุนแกนจะเป็นวิธีการที่จะทำให้สมาชิกของแต่ละตัวแปรในปัจจัยหนึ่งๆ ชัดเจนขึ้น

- การให้ความหมายแต่ละปัจจัย (Factor meaning) เป็นขั้นตอนที่ต้องกำหนดชื่อ หรือให้ความหมายแก่ปัจจัยหรือตัวแปรที่ได้ โดยพิจารณาว่าในปัจจัยนั้นๆประกอบไปด้วยตัวแปรอะไรบ้างที่เป็นสมาชิกอยู่ แต่เนื่องจากในปัจจัยหนึ่งๆประกอบไปด้วยตัวแปรทุกตัวที่เป็นสมาชิกโดยมีน้ำหนักของการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน ดังนั้นก่อนให้ความหมายแก่ปัจจัยใดๆควรจะต้องพิจารณาเลือกตัวแปร ที่น่าจะเป็นสมาชิกของปัจจัยนั้นๆมากที่สุด หลังจากนั้นจึงให้ความหมายแก่ปัจจัยแต่ละปัจจัย ซึ่งมีขั้นตอนในการพิจารณา 3 ขั้นตอน คือ

1. จัดตัวแปรเข้าเป็นสมาชิกปัจจัยเดียว เป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรให้เห็นชัดว่าตัวแปรหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มหรือปัจจัยใด โดยนำค่าน้ำหนักปัจจัยหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัย (Factor loading) ที่ได้ล่าสุดจากการหมุนแกนแล้วและเลือกเฉพาะ Factor ที่มีค่า Eigen value หรือค่า Percent of variance สูงตามขั้นตอนการเลือกปัจจัยแล้ว จึงพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัยหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยของปัจจัยทั้งหมดที่เลือกมาว่าน้ำหนักปัจจัยหรือค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยนั้น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรนั้นมากที่สุด แสดงว่าตัวแปรนั้นๆควรเป็นสมาชิกของปัจจัยนั้นมากกว่าที่จะเป็นสมาชิกของปัจจัยอื่น

พลังแห่งวิจัยนำพาการศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

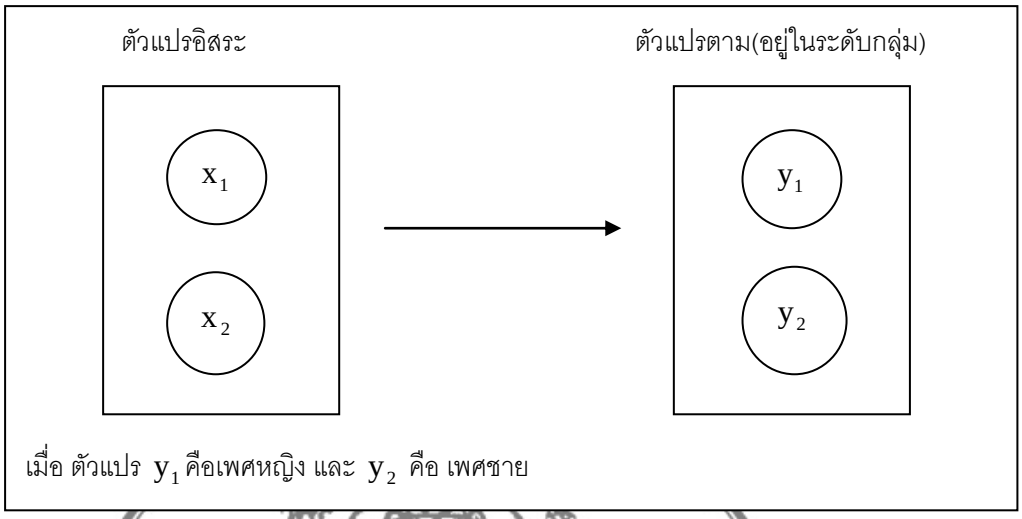
2. เลือกตัวแปรที่มีผลสูงต่อปัจจัย จากขั้นตอนที่ผ่านมา ถึงแม้จะได้ตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยเดียว แต่ตัวแปรบางตัวที่เข้ามาเป็นสมาชิกในปัจจัยอาจจะมีน้ำหนักการเข้ารวมตัวหรือมีผลต่อการอธิบายปัจจัยนั้นๆต่ำ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าถึงแม้จะไม่มีตัวแปรดังกล่าวก็สามารถให้ความหมายของปัจจัยได้เพียงพอแล้ว การพิจารณาจากค่าน้ำหนักหรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรจากตัวแบบการรวมแบบเส้นตรง โดยจะเลือกตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สูงซึ่งอาจจะใช้วิธีทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ

3. การให้ความหมายแก่ปัจจัย เป็นขั้นตอนที่จะต้องให้ความหมายหรือกำหนดชื่อแก่แต่ละปัจจัยซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการกำหนดหรือใช้ชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยจะทำให้ได้โดยพิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้น

5.2 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regreesion Analysis)

ในการวิเคราะห์พหุคูณจะใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวขึ้นไปและตัวแปรตาม 1 ตัวโดยที่ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจะอยู่ในสเกลของตัววัดแบบช่วง (Interval Scale) และแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) แต่ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regreesion Analysis) ตัวแปรจะอยู่ในสเกลการวัดแบบ (Norminal) และสเกลการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) และตัวแปรตามจะมี 2 ค่าเป็นอย่างน้อย เช่น กลุ่มชาย และกลุ่มหญิง และตัวแปรอิสระก็จะมีมากกว่า 1 ตัวดังภาพต่อไปนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพประกอบที่ 2 แสดงความสัมพันธ์โลจิสติกส์เมื่อตัวแปรตามมี 2 ค่า

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด,2551),189

(1) วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

- เพื่อพยากรณ์ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่น่าสนใจ (ตัวแปรตาม)จากชุดตัวแปรอิสระ

- เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

(2) เงื่อนไขที่ใช้วิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

- ตัวแปรอิสระ (x) จะเป็นข้อมูลในระดับการวัดแบบกลุ่ม (Nominal Scale) ที่เป็นตัวแปรแบบทวิมี 2 ค่า (Dichotomous) คือ 0 กับ 1 หรือเป็นตัวแปรที่อยู่ในสเกลแบบช่วง (Interval Scale) หรืออยู่ในสเกลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) ก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

- ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือไม่เกิดปัญหา (Multicollinearity)

- ตัวแปรตามจะเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มอย่างน้อย 2 กลุ่ม

- ต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าหรือเท่ากับ 30 p เมื่อ p คือตัวแปรอิสระ

(3) แนวคิดของการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

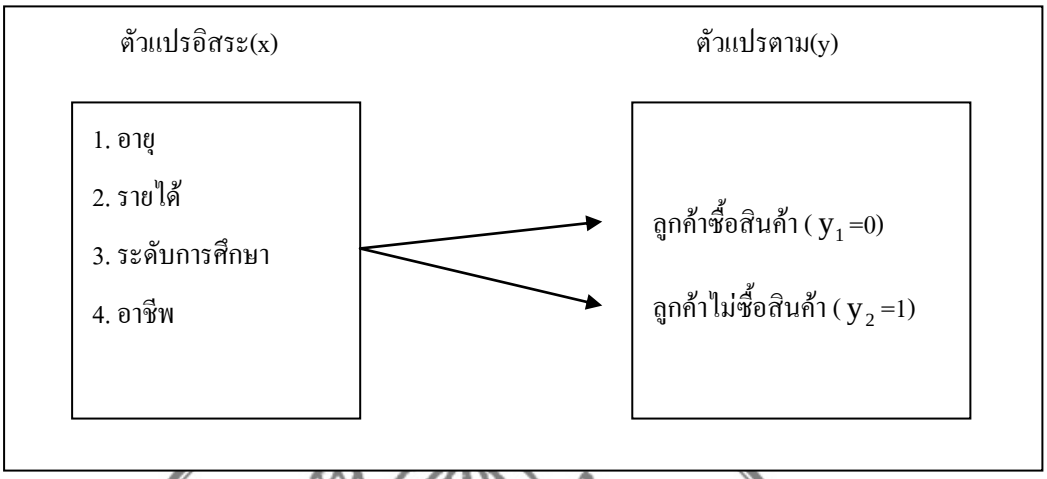
- โดยทั่วไปแล้วเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) มีข้อตกลงเบื้องต้นก็คือ การแจกแจงความคลาดเคลื่อนต้องเป็นโค้งปกติ แต่ในการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์โดยเฉพาะแบบ Binary Logistic ที่ค่าตัวแปรตาม (y) มีเพียง 2 ค่า คือ 0 กับ 1 จึงเป็นไปไม่ได้ที่ค่าความคลาดเคลื่อนจะมีการแจกแจงแบบปกติ ดังนั้น การเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แทน อีกประการก็คือ ค่าพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ไม่สามารถแปรความหมายเป็นความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ได้ ซึ่งค่าพยากรณ์โดยเฉพาะแบบ Binary Logistic จะมีเพียงสองค่า คือ 0 กับ 1 หรือเกิด กับไม่เกิด หรือชอบกับไม่ชอบ แต่การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์สามารถทำได้ การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) ใช้พยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มได้โดยตรง และมีข้อตกลงเบื้องต้นก็คือ เมตริกซ์ ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม (Variance Covariance Matrix) ต้องเท่ากันทุกกลุ่มทุกตัวอย่าง แต่ในการวิเคราะห์โลจิสติกส์ไม่จำเป็นต้องมีข้อตกลงเหล่านี้

(4) ประเภทของการวิเคราห์การถดถอยโลจิสติกส์

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- Binary Logistic Regression ตัวแปรตามจะแบ่งออกเป็นค่าที่มี 2 ค่า คือ 0 กับ 1 (Dichotomous Variable) เช่น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

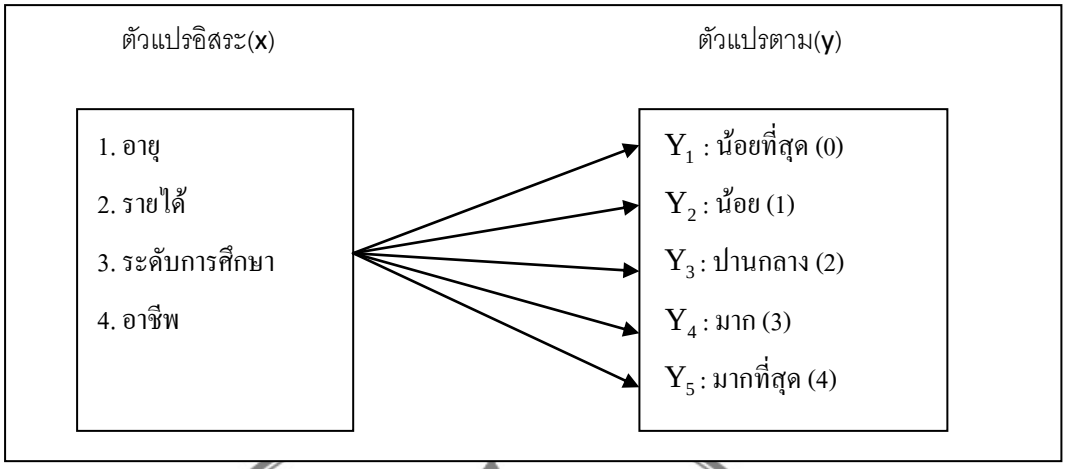


ภาพประกอบที่ 3 แสดงแบจำลอง Binary Regression Logistic

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด,2551),190

- Multinominal Logistic Regression ตัวแปรตาม (y) ถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เช่น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพประกอบที่ 4 แสดงแบบจำลอง Multinominal Logistic Regresion

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด,2551),191

(5) สมการการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

-ในกรณีที่ตัวแปรอิสระ (x) 1 ตัว แต่ตัวแปรตาม (y) มีได้เพียงสองค่า จะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง x กับ y จะไม่อยู่ในรูปเชิงเส้น แต่จะอยู่ในรูปสมการต่อไปนี้

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^{\beta_0+\beta_{1x}}}{1+e^{\beta_0+\beta_{1x}}}$$

หรือ $$\text{Prob (event)} = \frac{e^{z}}{1+e^{z}}$$

หรือ $$\text{Prob (event)} = \frac{1}{1+e^{-z}}$$

ในกรณีมีตัวแปรอิสระหลายตัว สมการจะเป็นดังนี้

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^{\beta_0+\beta_1x_1+\ldots+\beta_nx_n}}{1+e^{\beta_0+\beta_1x_1++\beta_nx_n}}$$

เมื่อ β_0 และ β_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ

x คือ ตัวแปรอิสระ

e คือ เป็นค่าล็อกที่มีค่าประมาณคงที่ 2.718 (ยุทธ ไกยวรรณ 2551:189-198)

ผลงานวิทยานิพนธ์เพื่อการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัฐฎา อนุกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิต กรณีศึกษาอำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า สำหรับบริษัทที่มีผู้ทำประกันชีวิตมากที่สุดคือ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ประชาชนส่วนใหญ่จ่ายค่าดอกเบี้ยประกันชีวิตต่อปีอยู่ในช่วง ไม่เกิน 10,000 บาท / ปี ซึ่งผู้ใช้บริการกับบริษัทประกันชีวิตเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ โดยส่วนใหญ่ เลือกทำประกันชีวิตจากคำแนะนำและชักชวนของตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด และสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต คือด้านของความต้องการความคุ้มครองและสะสมทรัพย์ด้านผลตอบแทนสูงกว่าสถาบันการเงิน ด้านความต้องการหลักประกัน ความมั่นคงให้แก่ชีวิตในอนาคต

สุมิตตรา เวียงสงค์ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้าบริษัท กรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด ในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า เหตุผลที่ประชาชนตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท แอกซ่า ขึ้นอยู่กับด้านภาพลักษณ์ของบริษัท เบี้ยประกัน การจ่ายสินไหมทดแทนและการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความแตกต่างสถานภาพของลูกค้าเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า บริษัทกรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด ที่มีเพศและอายุไม่แตกต่างกัน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ค่าความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนทางบวกในระดับน้อย

สุดใจ เดชธนมงคลชัย (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ค่าเบี้ยประกันภัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ ระดับรายได้ของผู้เอาประกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1 ปีของธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทาง

ผลงานวิจัยนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

เดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกันชีวิตในทิศทางตรงกันข้าม แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทิพมาศ เวียงศิลป์ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์บริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสชัวรันส์ จำกัด สาขานนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 36 ปี สถานภาพสมรส โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตในระดับต่ำ ทัศนคติในการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเห็นคุณค่าของการทำประกันชีวิต กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดีมาก รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดี และ ด้านความน่าเชื่อถือของตัวแทน กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดี

เพียงใจ สงยะรัญ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการส่วนกลาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตัวองค์กร คุณภาพพนักงานตัวแทน และสิทธิประโยชน์และเบี้ยประภัยลักษณะการตัดสินใจในด้านความเชื่อมั่นในตัวองค์กรที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตที่อยู่ในระดับมากได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ ที่มีรายจากการรับประกันชีวิตปีละ 5,000 ล้านบาทขึ้นไปและเป็นบริษัทที่จ่ายเงินตามสัญญา ไม่บิดพลิ้ว หรือ ไม่ประวิงเวลาการจ่ายเงิน ลักษณะการตัดสินใจ ในด้านคุณภาพพนักงานตัวแทน ที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิตที่ติดต่อได้ง่ายเมื่อต้องการใช้บริการ ลักษณะการตัดสินใจในด้านคุณภาพการบริการ ที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริษัทที่มีระบบการ Online เพื่อการบริการ บริษัทที่มีบริการชำระเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิต หรือผ่านเครื่อง ATM และมีการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ลักษณะการตัดสินใจในด้านความสะดวกของสถานที่ที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พลังแห่งปัญญาแห่งแผ่นดิน

ชัยวัฒน์ โฆษภัทรพิมพ์ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายส่วนตัวหรือนักธุรกิจ มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิต 3 ใน 4 มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 12,000 – 18,000 บาทต่อเดือน ตัวแปรที่มีผลต่อลักษณะการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และจำนวนเงินออม และเนื่องจากระดับการศึกษาที่สูงทำให้มีความรู้พื้นฐานและเห็นประโยชน์ในธุรกิจประกันชีวิต ทำให้ทัศนคติของคนกลุ่มนี้เห็นถึงความจำเป็นและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต

สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ทำประกันชีวิตเป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการและค้าขาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ปัจจุบันนิยมใช้บริการประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ ส่วนใหญ่ทำประกันชีวิต 1 กรมธรรม์ วงเงิน 100,001 – 150,000 บาท เลือกบริษัทประกันชีวิตโดยพิจารณาจากชื่อเสียงของบริษัท เลือกกรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวแทนประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจและสุภาพ ปัญหาในการประกันชีวิตคือการเรียกร้องสินไหมยากและล่าช้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษา พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง มีระเบียบวิธีการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง จำนวน 725 คน (ส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง 2554)

2.ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรยามาเน่ (Yamane อ้างอิงใน ลิน พันธุ์พินิจ 2551: 133)

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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ขนาดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างไม่เกิน ร้อยละ 5

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{725}{1+725(0.05)^2}$$

$$= 257.77$$

$$\cong 258$$

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Taro Yamane สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลังที่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ 258 คนและเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจำนวน 280 ชุด เพื่อลดการผิดพลาดในการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การแจกแบบสอบถามแล้วไม่ได้รับคืนหรือแบบสอบถามที่ได้รับคืนไม่สมบูรณ์

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Conveniece Sampling) เพื่อความสะดวกของผู้วิจัย และลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ และผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 280 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากฐานข้อมูลจากหน่วยราชการ เช่น ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติจำนวนพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง และค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารบทความ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลจากสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือการวิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.นำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลทุติยภูมิมาสร้างแบบสอบถาม

2.นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยอาจารย์

ทดสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ต้องการได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

3.นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ (จากข้อ 2) มาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (Pretest) จำนวน 30 ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยจากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธ์แอลฟาเท่ากับ 0.914 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงสูงมาก (สิน พันธุ์พินิจ 2551:185) สามารถนำมาเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4.นำแบบสอบถามที่มีความเที่ยงและความตรงแล้วไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง

5. ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างมาจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ตลอดจนผลงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ เป็นคำถามแบบตรวจรายการและเติมข้อมูล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (สิน พันธุ์พินิจ 2551 : 155) คือ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เห็นด้วยที่สุด	หมายถึง	เห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด
เห็นด้วย	หมายถึง	เห็นด้วยกับข้อความนี้มาก
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ไม่แน่ใจกับข้อความนี้
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้
ไม่เห็นด้วยที่สุด	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด

ในการแปลความหมายคะแนนระดับความคิดเห็น โดยมารกำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับตามเกณฑ์ความหมายค่าคะแนน (สิน พันธุ์พินิจ 2551 : 155) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น
คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด
คะแนนระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้มาก
คะแนนระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	อยู่ในระดับไม่แน่ใจกับข้อความนี้
คะแนนระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อย
คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยที่เลือกทำประกันชีวิต เหตุผลที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มี บุคคลในครอบครัวที่ทำ ค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี จำนวนกรมธรรม์ที่มี อายุประกันชีวิตที่ท่านทำ รูปแบบการผ่อนชำระ ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจรายการและเติมข้อมูล

ตอนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ ซื้อประกันของบริษัท เหตุผลที่ไม่ซื้อประกันกับบริษัทเอไอเอ อนาคตจะซื้อประกันชีวิตกับเอไอเอ เป็นคำถามแบบตรวจรายการ

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open End Question)

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว แจกจ่ายให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก คือ มีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทุกเพศ ทุกวัย ที่เป็นพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เพื่อขอความร่วมมือ ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องศึกษาเก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่าง

ทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเต็มใจให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความเชื่อถือมากที่สุด โดยการเก็บแบบสอบถาม จะครอบคลุมในขอบเขตพื้นที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถาม พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอและข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ โดยการหาค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

2. ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Contingency Coefficient เพื่อทดสอบปัจจัยด้านส่วนบุคคลว่า ปัจัยตัวไหนที่มีความสัมพันธ์กับการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

3. ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันกับบริษัท เอไอเอ โดยการสร้างตัวแปรใหม่ของกลุ่มตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของแบบสอบถามในตอนที่ 2 ที่มีจำนวน 20 ข้อ โดยมีการทดสอบและวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปร ซึ่งใช้เทคนิค KMO and Bartlett's test และการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis ใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Varimax เพื่อนำตัวแปรที่มีการรวมกลุ่มปัจจัยใหม่มาใช้ในการวิเคราะห์โลจิสติกส์ โดยจะต้องนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา มาทำการจัดกลุ่ม เพื่อไม่ให้ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ Factor Analysis

4. นำปัจจัยที่ผ่านการรวมกลุ่ม(ที่ได้จากข้อ 3) สร้างตัวแปรใหม่ โดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์เพื่อพยากรณ์ความน่าจะเป็นของสมการปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันกับบริษัท เอไอเอ ซึ่งข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมต้องผ่านเงื่อนไข ที่ใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (ยุทธ ไกยวรรณ์ 2551: 193) ดังนี้

4.1 ตัวแปรอิสระ (x) เป็นข้อมูลในระดับการวัดแบบกลุ่มที่เป็นตัวแปรทวิ มีค่า 2 ค่า คือ 1 กับ 0 เป็นตัวแปรอยู่ในสเกลแบบช่วง หรืออยู่ในสเกลแบบอัตราส่วน

พลังแห่งวิชาการ ระดับปริญญาโท

4.2 ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยทำการทดสอบ Spearman เพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยพิจารณาจากค่า sig. หากค่า sig > 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ได้

4.3 ตัวแปรตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีอย่างน้อย 2 กลุ่ม คือ ทำ กับ ไม่ทำ

4.4 ใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าหรือเท่ากับ 30p เมื่อ p คือตัวแปรอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลางกระทรวงการคลัง ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ และไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลางกระทรวงการคลัง จำนวน 260 ราย ผลการศึกษาพบว่า มีจำนวนผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 ของแบบสอบถามทั้งหมด และผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 ของแบบสอบถามทั้งหมด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นดังนี้

1.ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ

3.ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ

4.ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ

1.ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	13	20	50	25.6	63	24.2
หญิง	52	80	145	74.4	197	75.8
รวม	65	100	195	100	260	100

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 ราย เป็นเพศหญิง 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 และเป็นเพศชาย 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 195 ราย เป็นเพศหญิง 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.4 และเป็นเพศชาย 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.6 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอและผู้ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ จะเป็นเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
21 – 30 ปี	17	6.54	56	21.54
31 – 40 ปี	23	8.85	61	23.46
41 – 50 ปี	22	8.46	56	21.54
51 – 60 ปี	3	1.15	22	8.46
รวม	65	25	195	75

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ถึง 60 ปี โดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.85 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 41 ถึง 50 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.46 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ6.54 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่จะมีอายุ 31 ถึง 40 ปี จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.46 รองลงมาคืออายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.54 และอายุระหว่าง 41 ถึง 50 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.54

พลังแห่งวิชาการ ปัญญาแห่งแผ่นดิน

ตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	36	55.4	111	56.9
สมรส	26	40	67	34.4
หย่าร้าง	3	4.6	8	4.1
หม้าย(คู่สมรสเสียชีวิต)	-	-	9	4.6
รวม	65	100	195	100

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่าง 65 ราย เป็นผู้มีสถานภาพโสด 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ ผู้มีสถานภาพสมรสแล้ว 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 และผู้มีสถานภาพหย่าร้าง 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดเช่นกัน กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 195 ราย เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้ว 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.4 และผู้ที่มีสถานภาพหม้าย 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอและผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สถานภาพโสด

ตารางที่ 4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1 คน	2	3.1	13	6.7
2 คน	5	7.7	24	12.3
3 คน	19	29.2	52	26.7
4 คนขึ้นไป	39	60	106	54.4
รวม	65	100	195	100

ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิก 4 คนขึ้นไป กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 ราย เป็นผู้ที่มีมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไปจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 3 คน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีจำนวนสมาชิก 4 คนขึ้นไปเช่นเดียวกัน กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 195 ราย เป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไปจำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาคือผู้ที่มีจำนวนสมาชิก 3 คน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตารางที่ 5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	
สูงสุด	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
อนุปริญญา	4	6.2	20	10.3
ปริญญาตรี	48	73.8	125	64.1
ปริญญาโท	13	20	40	20.5
อื่นๆ	-	-	10	5.1
รวม	65	100	195	100

จากตารางที่ 5 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 ราย เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเช่นกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 195 ราย เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอื่นๆ เช่น จบ ม.6 , ปวช.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงระดับรายได้	ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	
(บาท / เดือน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	3.1	18	9.2
10,001 – 15,000 บาท	22	33.8	66	33.8
15,001 – 20,000 บาท	14	21.5	32	16.4
20,001 – 25,000 บาท	9	13.8	26	13.3
25,001 – 30,000 บาท	11	16.9	26	13.3
มากกว่า 30,001 บาท	7	10.8	27	13.8
รวม	65	100	195	100

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่มีรายได้/เดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 ราย เป็นผู้ที่มีรายได้/เดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้/เดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ส่วนผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้/เดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท เช่นกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 195 ราย เป็นผู้ที่มีรายได้/เดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้/เดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.4

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบ Contingency Coefficient ระหว่าง เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	Value	Approx.Sig
y	x_1	.057	.358
	x_2	.364	.233
	x_3	.115	.323
	x_4	.096	.491
	x_5	.136	.177
	x_6	.122	.560

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบ Contingency Coefficient ระหว่าง เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ เป็นการจับคู่ตัวแปรต้นและตัวแปรตามแต่ละคู่ ซึ่งตัวแปรที่จับคู่กันแต่ละคู่ มีค่า Approx.Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอ ไอเอ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

จากแบบสอบถาม ในส่วนที่ 2 ที่แสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดตัวแปรที่มีอยู่ให้มีจำนวนปัจจัยที่น้อยที่สุด โดยที่แต่ละปัจจัยนั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์หาความเหมาะสมของข้อมูลโดยใช้เทคนิค KMO and Bartlett's Test

Kaiser – Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.793
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1340
	df	190
	Sig.	.000

จากตารางที่ 8 ค่า KMO มีค่าเท่ากับ .793 สรุปได้ว่า ข้อมูลนี้มีความเหมาะสมมากในการวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์ปัจจัย (วิยะดา ตันวัฒนากูล 2548, หน้า 220 , อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์ 2551 : 81) และค่า Sig. ของการทดสอบ Bartett จะพบว่าตัวแปรเดิมมีความสัมพันธ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig. < .05) แสดงว่าตัวแปรเดิมมีความสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ Factor Analysis ได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 9 แสดง Total Variance Explained

Com ponent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of variance	Cumu lative %	Total	% of variance	Cumu lative %	Total	% of variance	Cumu lative %
1	4.870	24.349	24.349	4.870	24.349	24.349	2.966	14.829	14.829
2	1.818	9.091	33.440	1.818	9.091	33.440	2.724	13.619	28.448
3	1.594	7.972	41.412	1.594	7.972	41.412	1.847	9.236	37.684
4	1.414	7.068	48.481	1.414	7.068	48.481	1.650	8.249	45.932
5	1.039	5.195	53.676	1.039	5.195	53.676	1.503	7.513	53.445
6	1.020	5.102	58.778	1.020	5.102	58.778	1.067	5.333	58.778
7	.951	4.754	63.532						
8	.886	4.428	67.960						
9	.781	3.906	71.866						
10	.723	3.615	75.481						
11	.696	3.482	78.962						
12	.651	3.257	82.219						
13	.617	3.083	85.302						
14	.598	2.989	88.291						
15	.570	2.848	91.139						
16	.454	2.270	93.409						
17	.419	2.095	95.504						
18	.334	1.672	97.176						
19	.289	1.443	98.619						
20	.276	1.381	100.000						

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 9 เป็นตารางที่แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละปัจจัย ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัย โดยวิธี Principle Component Analysis ในการสกัดปัจจัยและการเลือกปัจจัย จะใช้เกณฑ์การดูค่า Eigenvalues คือ ค่าความผันแปรทั้งหมดในตัวแปรเดิม ที่สามารถอธิบายได้โดยปัจจัย ซึ่งเราจะไม่พิจารณาปัจจัยที่มีค่า Eigenvalues น้อยกว่า 1 ดังนั้นจะมีเพียงปัจจัยที่ 1-6 เท่านั้น ที่มีค่า Eigenvalues มากว่า 1 และปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือปัจจัยที่ 1 มีค่าเท่ากับ 14.829 และเมื่อมีการหมุนแกนแล้วน้ำหนักของทั้ง 6 ปัจจัย มีค่าเท่ากับ 58.778 % ที่จะสามารถอธิบายปัจจัยทั้งหมดได้ (ยุทธ ไกยวรรณ์. 2551, หน้า 79)

ในการวิเคราะห์ปัจจัยโดยการหมุนปัจจัยแบบ Varimax วัตถุประสงค์ของการหมุนแกนปัจจัย คือ เพื่อทำให้ค่า Factor loading ของตัวแปรมีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด ทั้งนี้เพราะวิธีนี้จะพิจารณาเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยสูงเท่านั้น (วิยะดา ตันวัฒนากูล 2548, หน้า 215, อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์ 2551: 87) ซึ่งจะได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 ผลลัพธ์แสดงเมทริกซ์องค์ประกอบที่หมุนแกนแบบ Varimax

	Component					
	1	2	3	4	5	6
ข้อ19	.848	.053	.030	.024	.036	.108
ข้อ18	.836	.090	-.037	-.067	-.012	-.026
ข้อ25	.720	.114	.077	.112	.217	.097
ข้อ20	.578	.260	.285	-.062	-.180	-.230
ข้อ17	.494	.353	.089	.231	.002	.117
ข้อ10	.042	.736	.093	-.062	.047	.033
ข้อ7	.232	.705	-.096	-.087	.122	.151
ข้อ11	.116	.695	.143	.238	.011	.064
ข้อ8	.095	.694	-.232	-.118	.083	-.315
ข้อ15	.091	.570	.158	.368	-.063	.276
ข้อ23	.036	.113	.725	-.151	.186	.106
ข้อ26	.274	-.064	.687	.165	-.060	-.180
ข้อ16	.356	.242	.085	.675	-.064	-.182
ข้อ21	.325	.401	.131	-.564	-.136	-.111
ข้อ14	.288	.307	-.115	.498	.220	-.182
ข้อ12	.055	.087	.116	.002	.600	-.215
ข้อ9	-.032	.148	.481	-.025	.578	.151
ข้อ24	.361	.039	-.289	.305	.475	.124
ข้อ13	.366	.389	-.074	.115	.404	-.058
ข้อ22	.102	.135	-.018	-.095	-.102	.729

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 10 สามารถอธิบายค่า ข้อ7 – ข้อ26 ได้ดังนี้

ข้อ7 คือ บริษัท เอไอเอ มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

ข้อ8 คือ บริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงจะได้รับความไว้วางใจ

ข้อ9 คือ เงื่อนไขและผลประโยชน์ของกรมธรรม์ของบริษัทอื่นมีความน่าสนใจมากกว่าบริษัท เอไอเอ

ข้อ10 คือ บริษัท เอไอเอ มีการดำเนินการมาอย่างยาวนาน

ข้อ 11 คือ บริษัท เอไอเอ มีกรมธรรม์ประกันชีวิตที่หลากหลาย

ข้อ12 คือ บริษัทประกันชีวิตจ่ายเงินปันผลให้ลูกค้ามากกว่าการนำเงินไปฝากธนาคารพาณิชย์

ข้อ13 คือ บริษัท เอไอเอ จะให้ผลตอบแทนในการทำประกันอย่างคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

ข้อ14 คือ บริษัทประกันชีวิตส่วนใหญ่มีการบริการที่ดีและรวดเร็ว

ข้อ15 คือ บริษัท เอไอเอ มีสาขาเป็นจำนวนมากทั่วประเทศ

ข้อ16 คือ มีของที่ระลึกหรือของสมนาคุณ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ

ข้อ17 คือ บริษัท เอไอเอ มีการประชาสัมพันธ์มากกว่าบริษัทอื่น ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกัน

ข้อ18 คือ บุคคลใกล้ชิดทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ข้อ19 คือ เกิดกระแสความนิยมทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จึงทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ข้อ20 คือ คนในครอบครัวของท่านมีอาชีพขายประกันในบริษัท เอไอเอ มีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตับ เอไอเอ

ข้อ21 คือ การทำประกันชีวิตเป็นการเฉลี่ยความเสี่ยงของครอบครัว เมื่อผู้ทำประกันชีวิตเจ็บป่วยหรือทุพพลภาพ

ข้อ22 คือ การทำประกันชีวิตช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วยหรือเข้าโรงพยาบาล

ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อ23 คือ บริษัทประกันชีวิตบริษัทอื่นมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจกว่าบริษัท เอไอเอ

ข้อ24 คือ ตัวแทนบริษัท เอไอเอ มีความสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ดีกว่าบริษัทอื่น

ข้อ25 คือ ตัวแทนของบริษัท เอไอเอ มีเทคนิคการโน้มน้าวใจได้ดีกว่าบริษัทอื่น

ข้อ26 คือ การเบิกจ่ายเบี้ยประกันของบริษัท เอไอเอ ทำได้ยากกว่าบริษัทอื่น

จากการนำมาวิเคราะห์ปัจจัยนั้น จากตัวแปรที่มีอยู่ 20 ตัวแปร จะสามารถจัดปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 6 ปัจจัย โดยเลือกปัจจัยที่มีค่า Eigenvalues มากกว่า 1 พิจารณาจากค่าน้ำหนักของปัจจัย

ที่มากที่สุด ซึ่งการตั้งชื่อปัจจัยแต่ละปัจจัย ใช้เกณฑ์การตั้งชื่อจากภาพรวมของคำถามว่าอยู่ในด้านใด รวมทั้งการพิจารณาจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยแต่ละตัวแปร จะอยู่ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม : ข้อ19. เกิดกระแสความนิยมทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ข้อ18. บุคคลใกล้ชิดทำประกันชีวิตบริษัท เอไอเอ จึงตัดสินใจทำด้วย ข้อ25. ตัวแทนของบริษัท เอไอเอ มีเทคนิคการโน้มน้าวใจที่ดีกว่า ข้อ20. คนในครอบครัวมีอาชีพขายประกันในบริษัท เอไอเอ ข้อ17. มีการประชาสัมพันธ์ที่มากกว่าบริษัทอื่น

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ข้อ8. ความมั่นคงของบริษัท ข้อ10. การดำเนินกิจการมาอย่างยาวนาน ข้อ7. ชื่อเสียงละความน่าเชื่อถือของบริษัท เอไอเอ ข้อ11. ความหลากหลายของกรมธรรม์ประกันชีวิต ข้อ21. การเฉลี่ยความเสี่ยงเมื่อมีการเจ็บป่วย

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย : ข้อ16. มีของที่ระลึกและของสมนาคุณเป็นสิ่งดึงดูดใจ ข้อ14. การบริการที่ดีและรวดเร็ว ข้อ15. มีสาขาเป็นจำนวนมาก

ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา : ข้อ23. การโฆษณา ข้อ9. ความน่าสนใจของเงื่อนไงและผลประโยชน์ของกรมธรรม์ ข้อ26. การเบิกจ่ายเบี้ยประกัน

ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์: ข้อ24.ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้ดี ข้อ12. การจ่ายเงินปันผล ข้อ13. ผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

ปัจจัยที่ 6 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก : ข้อ22. การช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล

หลังจากที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์ปัจจัยแล้ว จึงนำปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยไปใช้ร่วมในการหา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกส์ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการดังนี้

กำหนดให้ ตัวแปรตาม (y) คือ y_1= ทำประกัน และ y_2= ไม่ทำประกัน

ตัวแปรอิสระ (x_1) คือ เพศ

ตัวแปรอิสระ (x_2) คือ อายุ

ตัวแปรอิสระ (x_3) คือ สถานภาพ

ตัวแปรอิสระ (x_4) คือ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตัวแปรอิสระ (x_5) คือ ระดับการศึกษาสูงสุด

ตัวแปรอิสระ (x_6) คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (f_1) คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ตัวแปรตาม (f_2) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตัวแปรตาม (f_3) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรตาม (f_4) คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา

ตัวแปรตาม (f_5) คือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์

ตัวแปรตาม (f_6) คือ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล

1. ตัวแปรอิสระ (x) เป็นข้อมูลในระดับการวัดแบบกลุ่ม (Norminal Scale) ที่เป็นแบบตัวแปรทวิ มีค่า 2 ค่า คือ 0 กับ 1 หรือเป็นตัวแปรอยู่ในสเกลแบบช่วง (Interval Scale) หรืออยู่ในสเกลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

2. ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ต่อกันหรือไม่เกิดปัญหา Multicollinea - rity โดยทำการทดสอบ เพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยพิจารณาจากค่า sig หากค่า sig > 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกต์ได้ ตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ (x_1), (x_2) , (x_3) , (x_4) , (x_5) , (x_6) , (f_1) , (f_2) , (f_3) , (f_4) , (f_5) , (f_6)

3. ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีอย่างน้อย 2 กลุ่ม คือ ทำ กับ ไม่ทำ

4. ใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าหรือเท่ากับ 30p เมื่อ p คือ ตัวแปรอิสระ

เมื่อนำตัวแปรอิสระทำการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกต์ โดยใช้วิธี Maximum Likelihood ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (สัมประสิทธิ์ความถดถอย)ของตัวแปร ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พลังแห่งวิทยาการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางที่ 11 Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
f_1	.333	.156	4.559	1	.033	1.395
f_2	.400	.160	6.245	1	.012	1.492
f_5	.279	.148	3.541	1	.060	1.322
Constant	-1.179	.153	59.173	1	.000	.307

จากค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยโลจิสติกต์ พยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต ได้ดังนี้

$$P(Y) = \frac{1}{1+e^{-Z}}$$

$$Z = 0.333(f_1)+0.400(f_2)+.279(f_5)+(-1.179)$$

กำหนดให้ค่า 1. P(Y) เป็นตัวแปรตาม หรือ การทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต

2. (f_1) , (f_2) , (f_5) , (x_1) เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต

3. (-1.179) เป็นค่าคงที่

4. e เป็นค่า log ที่เป็นค่าคงที่ มีค่าประมาณ 2.718

จากตาราง Variable in the Equation เป็นตารางผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ประมาณได้และค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกต์ เพื่อพยากรณ์ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต ซึ่งจากการคำนวณด้วยโปรแกรม SPSS แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิต ประกอบด้วย ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์

ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกต์ โดยพิจารณาจากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 แสดง Hosmer and Lemeshow Test

Chi-square	Df	Sig.
6.854	8	.552

ตาราง Hosmer and Lemeshow Test ใช้ตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกต์ โดยกำหนดสมมุติฐานคือ

H_0 คือ สมการเหมาะสม

H_1 คือ สมการไม่เหมาะสม

และเป็นตารางทดสอบ Chi-square มีค่าเท่ากับ 12.944 และมีค่า sig เท่ากับ .552 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ยอมรับ H_0 นั้นคือ สมการมีความเหมาะสมสำหรับใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกต์

ตารางที่ 13 แสดง Classification Table[a]

Observed		Predicted		
		ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ		Percentage Correct
		ไม่ทำ	ทำ	
ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	ไม่ทำ	192	3	98.5
	ทำ	63	2	3.1
Overall Percentage				74.6

จากตารางที่ 13 แสดงความเชื่อถือได้ของการพยากรณ์ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 195 คน แต่เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการแล้วจะสามารถพยากรณ์ได้ว่ามีผู้ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ 193 คน นั้นคือพยากรณ์ถูกต้องเพียง 98.5% และกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 65 คน แต่เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการแล้วจะสามารถพยากรณ์ได้ว่ามีผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 2 คน ซึ่งพยากรณ์ถูกต้องเท่ากับ 3.1% ซึ่งรวมเฉลี่ยทั้งหมดแล้วมีเปอร์เซ็นต์ของการพยากรณ์ถูกต้องเท่ากับ 74.6% จากการพยากรณ์จะเห็นได้ว่าผู้ที่ทำ แล้วการพยากรณ์ว่าทำ 3.1% มีน้อยกว่าความเป็นจริง อาจเกิดจากผู้ที่ทำประกันชีวิตให้ข้อมูลที่ผิดหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง เนื่องจากมีเวลาในการตอบแบบสอบถามที่จำกัด ทำให้การพยากรณ์เกิดความคลาดเคลื่อน

3. ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ โดยทำการวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งผู้ที่ทำและไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 260 คน ดังนี้

ตารางที่ 14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

การตัดสินใจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทำ	65	25
ไม่ทำ	195	75
รวม	260	100

จากตารางที่ 14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และผู้ที่มีการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 75

ตารางที่ 15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่เลือกทำประกันชีวิต

ปัจจัยที่เลือกทำ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพื่อเป็นเงินออม	53	20.4
เพื่อชดเชยรายได้	17	6.5
เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล	39	15.0
เพื่อเป็นทุนการศึกษา	2	0.8
เพื่อใช้ขอสินเชื่อทางการเงิน	2	0.8
อื่นๆ	1	0.4

จากตารางที่ 15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่เลือกทำประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มีปัจจัยที่เลือกทำส่วนใหญ่ คือ เพื่อเป็นเงินออม จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 รองลงมาคือ เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 และเพื่อชดเชยรายได้ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

เหตุผลที่ท่านทำ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริษัทมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ	36	55.4
มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม	3	4.6
สามารถติดต่อกับตัวแทนได้	4	6.2
บุคคลที่รู้จักทำประกันของบริษัทนี้	19	29.2
อื่นๆ	3	4.6
รวม	65	100

ตารางที่ 16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มีเหตุผลที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่คือ บริษัทมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ บุคคลที่รู้จักทำประกันของบริษัทนี้ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และสามารถติดต่อกับตัวแทนได้ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	48	18.5
บิดามารดา	13	5.0
คู่สมรส	7	2.7
ญาติพี่น้อง	9	3.5
เพื่อน	3	1.2

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมาคือ บิดามารดา จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 และญาติพี่น้อง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

รูปแบบกรมธรรม์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
แบบชั่วระยะเวลา	19	7.3
แบบออมทรัพย์	49	18.8
แบบเงินได้ประจำ	2	0.8
แบบตลอดชีพ	9	3.5

จากตารางที่ 18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบกรมธรรม์ คือ แบบออมทรัพย์ จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมาคือ แบบชั่วระยะเวลา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 และแบบตลอดชีพ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัวที่ทำประกันชีวิต

จำนวนบุคคลที่ทำ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คน	11	16.9
2 คน	17	26.2
3 คน	17	26.2
4 คนขึ้นไป	20	30.8
รวม	65	100

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัวที่ทำประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มีจำนวนบุคคลในครอบครัวที่ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ คือ 4 คนขึ้นไป จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ 2 คน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 และ 3 คน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี

ค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	13	20.0
10,001 – 25,000 บาท	44	67.7
25,001 – 40,000 บาท	4	6.2
40,001 ขึ้นไป	4	6.2
รวม	65	100

จากตารางที่ 20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มีค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี ส่วนใหญ่ คือ 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการผ่อนชำระ

รูปแบบการผ่อนชำระ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายเดือน	10	15.4
ราย 3 เดือน	1	1.5
ราย 6 เดือน	4	6.2
รายปี	50	76.9
รวม	65	100

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการผ่อนชำระ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการผ่อนชำระ คือ ผ่อนชำระเป็นรายปี จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ เลือกรูปแบบการผ่อนชำระเป็นรายเดือน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4

ตารางที่ 22 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่มีในปัจจุบัน

จำนวนกรมธรรม์ที่มี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 กรมธรรม์	22	33.8
2 กรมธรรม์	28	43.1
3 กรมธรรม์	14	21.5
4 กรมธรรม์ขึ้นไป	1	1.5
รวม	65	100

จากตารางที่ 22 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ที่มีในปัจจุบันจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่มีจำนวนกรมธรรม์ชีวิต คือ 2 กรมธรรม์ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคือ 1 กรมธรรม์ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ33.8

ตารางที่ 23 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุกรมธรรม์

อายุกรมธรรม์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 - 5 ปี	18	27.7
6 – 10 ปี	19	29.3
11 – 15 ปี	14	21.5
16 ปีขึ้นไป	14	21.5
รวม	65	100

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 23 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุกรมธรรม์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่มีอายุกรมธรรม์ คือ ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 1 - 5 ปี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ ระหว่าง 11 – 15 ปี และ 16 ปีขึ้นไปมีจำนวนเท่ากัน คือจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

4. ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ตารางที่ 24 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบริษัทประกันชีวิต

บริษัทที่ท่านทำ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไทยประกันชีวิต	47	18.1
เมืองไทยประกันชีวิต	45	17.3
ไทยสมุทรประกันชีวิต	15	5.8
อยุธยา อลิอันซ์ซีพี	42	16.2
ทิพยประกันภัย	14	5.4
กรุงเทพประกันภัย	11	4.2
อื่นๆ	34	13.1
รวม	208	80.1

จากตารางที่ 24 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบริษัทประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท ไทยประกันชีวิต จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.1 รองลงมาคือ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 และบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ซีพี จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.2 ตามลำดับ และอื่นๆคือ กรุงไทยแอ๊กซ่า ไทยพาณิชย์ ออมสิน และ SIAM SAMSUNG LIFE INSURANCE เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 25 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

เหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตัวแทน	37	14.2
ตัวแทนประกันชีวิตไม่น่าเชื่อถือ	32	12.3
ยังไม่ได้รับการติดต่อจากตัวแทน	65	25
ไม่มั่นใจในความมั่นคงของบริษัท เอไอเอ	21	8.1
ผลตอบแทนที่ได้ไม่น่าพอใจ	20	7.7
ต้องตรวจสุขภาพ	21	8.1
มีเบี้ยประกันสูง	55	21.2
จำกัดอายุในการทำ	9	3.5
อื่นๆ	29	11.2
รวม	289	111.3

จากตารางที่ 25 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ คือ ยังไม่ได้รับการติดต่อจากตัวแทน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือ มีเบี้ยประกันสูง จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 และมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตัวแทน จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ และอื่นๆ คือ ทำของบริษัทอื่นอยู่แล้ว , มีญาติทำของบริษัทอื่น , มีหลายกรมธรรม์แล้ว เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 26 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต

ซื้อประกันกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	1	0.5
อาจจะซื้อ	129	66.2
ไม่ซื้อ	65	33.3
รวม	195	100

จากตารางที่ 26 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ส่วนใหญ่อาจจะซื้อประกันชีวิกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมา คือ ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 8 เดือน ในการศึกษาข้อมูลครอบคลุมด้วยสาระดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. ระเบียบการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผลการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะ

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุประสงค์

1.1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

1.2 ศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่จะใช้บริการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทั้งปลายเปิดและปลายปิด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลทั่วไป

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัย

2.3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

3.สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมด 260 คน พบว่าพนักงานที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ จำนวน 65 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 80 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.85 มีสถานภาพโสด 36 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 มีสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 48 คน คิดเป็นร้อยละ73.8 มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท 22 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ส่วนกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ จำนวน 195 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.46 มีสถานภาพโสด 111 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 มีสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไป จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 125 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

สามารถเขียนเป็น สมการถดถอยโลจิสติกส์ พยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

$$P(Y) = \frac{1}{1+e^{-z}}$$

$$Z = 0.333(f_1)+0.400(f_2)+0.279(f_3)+(-1.179)$$

โดยที่ P(Y) เป็นตัวแปรตาม หรือทำและไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

(f_1), (f_2) และ(f_3) เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

0.333 , 0.400 และ0.279 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ของ (f_1) , (f_2) และ (f_3)ตามลำดับ

(-1.179) เป็นค่าคงที่

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ กรณีศึกษาพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง คือ ปัจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (f_1) ประกอบด้วย เกิดกระแสความนิยมทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ บุคคลใกล้ชิดทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จึงตัดสินใจทำด้วย ตัวแทนของบริษัท เอไอเอ มีเทคนิคการโน้มน้าวใจที่ดีกว่า คนในครอบครัวมีอาชีพขายประกันในบริษัท เอไอเอ มีการประชาสัมพันธ์ที่มากกว่าบริษัทอื่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (f_2) ประกอบด้วย ความมั่นคงของบริษัท การดำเนินกิจการมาอย่างยาวนาน ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท เอไอเอ ความหลากหลายของกรมธรรม์ประกันชีวิต การเฉลี่ยความเสี่ยงเมื่อมีการเจ็บป่วย ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ (f_3) ประกอบด้วย ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้ดี การจ่ายเงินปันผล ผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมด 260 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เลือกทำเพื่อเป็นเงินออม 53 คนคิดเป็นร้อยละ 20.4 เหตุผลเพราะบริษัทมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 ตัดสินใจในการทำประกันชีวิตด้วยตนเอง 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รูปแบบกรมธรรม์เป็นแบบออมทรัพย์ 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 บุคคลในครอบครัวที่ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ 4 คนขึ้นไป 20 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 44

ราย คิดเป็นร้อยละ 67.7 รูปแบบการผ่อนชำระเป็นรายปี จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีอายุกรมธรรม์ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จำนวน 195 คน พบว่าส่วนใหญ่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท ไทยประกันชีวิต จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.1 มีเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ เพราะยังไม่ได้รับการติดต่อจากตัวแทน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 อาจจะซื้อประกันชีวิกับบริษัท เอไอเอ ในอนาคต จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.2

4. อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกประเด็นที่น่าสนใจมาวิจารณ์ ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ทำให้เห็นว่าผู้บริโภคตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ เพราะการที่มีบุคคลใกล้ชิดโน้มน้าวใจให้ตัดสินใจทำ จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก – มากที่สุด และผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ซึ่งสอดคล้องกับการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้ทราบว่าการมีชื่อเสียงและการดำเนินกิจการมาอย่างยาวนานของบริษัท เอไอเอ ทำให้เกิดความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ จนเกิดการยอมรับและไว้วางใจบริษัท เอไอเอ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก และผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ และมีความสอดคล้องกับการตัดสินใจของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

4.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านจิตวิทยา, ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์, ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก จากผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกต์ แสดงให้เห็นว่าไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ เพราะว่า

กลุ่มตัวอย่างเล็งเห็นถึงความสำคัญขอองปัจจัยแต่ละปัจจัยที่เหมือนกัน เนื่องจากการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง เกิดจากการโน้มน้าวจากบุคคลใกล้ชิด และความมั่นคง ชื่อสียง อีกทั้งการดำเนินกิจการมาอย่างยาวนานของบริษัท ที่ให้ความมั่นใจว่า เมื่อทำประกันชีวิตแล้ว จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1.1 จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับการทำประกันชีวิตน้อยมาก เพราะฉะนั้นความรู้ความเข้าใจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ที่ทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำประกันชีวิต

5.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ จากปัจจัยเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มีการเล็งเห็นถึง ความมั่นคง ชื่อเสียง และการดำเนินการมายาวนานของบริษัท อีกทั้งการโน้มน้าวใจจากบุคคลใกล้ชิด เมื่อปัจจัยเหล่านี้มีค่าที่มากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ มากยิ่งขึ้น

5.1.3 ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม อาจไม่มีความเชื่อถือเท่าที่ควร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามบางรายอาจให้ข้อมูลที่ผิด ไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรให้ระยะเวลากับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อที่จะ ได้ข้อมูลตามสภาพความเป็นจริง และทำให้ข้อมูลชุดนั้นมีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ซึ่งข้อมูลที่ได้อาจยังไม่ครอบคลุม ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น ทำการสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
พลังแห่งวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.2.2 การทำวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่นำมาออกแบบสอบถามอาจไม่ครอบคลุมทุกตัว จึงทำให้ผลการวิจัยที่ได้ไม่ค่อยน่าเชื่อถือ ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรออกแบบสอบถามให้ครอบคลุมในทุกตัวแปรที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

ชัยวัฒน์ โฆษภัทรพิมพ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมือง เชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2540

นิตยสาร BrandAge [Online]. Acessed 16 August 2011. Available from http://gotoknow.org/blogs/posts/431139

บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด. ข้อมูลเกี่ยวกับเอไอเอ ประเทศไทย [Online]. Accessed 22 September 2011. Available from http://aia.co.th

ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ [Online].Acessed 29 September 2011.Available from http://thaiinsuranceetc.com/blog/ความหมายของการประกันชีวิต

มหาวิทยาลัยศิลปากร บัณฑิตวิทยาลัย. คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์. นครปฐม: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2543.

ยุทธ ไกยวรรณ. วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2551.

รัฐฎา อนุกิจ. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิต กรณีศึกษา อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี.” การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.

สิน พันธุ์พินิจ. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิทยพัฒน์ จำกัด, 2551.

สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล. “การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540

สมาคมประกันชีวิต[Online]. Accessed 20 September 2011. Available from http://tlaa.org/ARTICLEs/LifeInsurance.htm

กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2549.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พลังแห่งปัญญาแห่งแผ่นดิน

ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เลขที่…..

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

กรณีศึกษา พนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

2. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่จะใช้บริการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ของพนักงานส่วนกลาง กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

คำชี้แจง

1 แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ❐ ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

3.กรุณาทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ของท่านมากที่สุด

4.ข้อมูลในแบบสอบถามทั้งหมด จะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❒ ที่ท่านต้องการเลือกมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวและเติมลงในช่องว่าง.....

1. เพศ

❒ 1. ชาย ❒ 2. หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. สถานภาพ

❒ 1. โสด ❒ 2. สมรส

❒ 3. หย่าร้าง ❒ 4. หม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต)

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

❒ 1. 1 คน ❒ 2. 2 คน

❒ 3. 3 คน ❒ 4. 4 คนขึ้นไป

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

❒ 1. อนุปริญญา ❒ 2. ปริญญาตรี

❒ 3. ปริญญาโท ❒ 4. ปริญญาเอก

❒ 5. อื่นๆโปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

❒ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ❒ 2. 10,001 – 15,000 บาท

❒ 3. 15,001 – 20,000 บาท ❒ 4. 20,001 – 25,000 บาท

❒ 5. 25,001 – 30,000 บาท ❒ 6. มากกว่า 30,001 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
7. ท่านคิดว่าบริษัทเอไอเอมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือมากที่สุด					
8. ท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตที่มีความมั่นคงจะได้รับความไว้วางใจ					
9. ท่านคิดว่าเงื่อนไขและผลประโยชน์ของกรมธรรม์ของบริษัทอื่นมีความน่าสนใจมากกว่าบริษัท เอไอเอ					
10. ท่านเชื่อว่าบริษัท เอไอเอ มีการดำเนินกิจการมาอย่างยาวนาน					
11. ท่านคิดว่าบริษัทเอไอเอมีกรมธรรม์ประกันชีวิตที่หลากหลาย					
12. ท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตจ่ายเงินปันผลให้ลูกค้ามากกว่าการนำเงินไปฝากธนาคารพาณิชย์					
13. ท่านคิดว่าบริษัท เอไอเอ จะให้ผลตอบแทนในการทำประกันอย่างคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป					
14. ท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตส่วนใหญ่มีการบริการที่ดีและรวดเร็ว					
15. ท่านคิดว่าบริษัทเอไอเอมีสาขาเป็นจำนวนมากทั่วประเทศ					
16.ถ้าบริษัทเอไอเอ มีของที่ระลึกหรือของสมนาคุณ จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ท่านทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ					
17. บริษัทเอไอเอมีการประชาสัมพันธ์มากกว่าบริษัทอื่น ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกัน					

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
18. ถ้าบุคคลใกล้ชิดของท่านทำประกันชีวิตบริษัทเอไอเอ ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอด้วย					
19.เนื่องจากเกิดกระแสความนิยมทำประกันชีวิตกับบริษัทเอไอเอ จึงทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ					
20. ถ้าคนในครอบครัวของท่านมีอาชีพขายประกันในบริษัทเอไอเอ จะมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันกับเอไอเอ					
21. ท่านคิดว่าการทำประกันชีวิตเป็นการเฉลี่ยความเสี่ยงของครอบครัว เมื่อผู้ทำประกันชีวิตเจ็บป่วยหรือทุพพลภาพ					
22. ท่านคิดว่าการทำประกันชีวิตช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วยหรือเข้าโรงพยาบาล					
23. ท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตบริษัทอื่นมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจกว่าบริษัทเอไอเอ					
24.ท่านคิดว่าตัวแทนบริษัทเอไอเอ มีความสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ดีกว่าบริษัทอื่น					
25.ท่านคิดว่าตัวแทนของบริษัทเอไอเอ มีเทคนิคการโน้มน้าวใจได้ดีกว่าบริษัทอื่น					
26.ท่านคิดว่าการเบิกจ่ายเบี้ยประกันของบริษัทเอไอเอ ทำได้ยากกว่าบริษัทอื่น					

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❒ ที่ท่านต้องการเลือกมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

27. ท่านทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ หรือไม่

❒ 1. ทำ ❒ 2. ไม่ทำ (ถ้าไม่ทำให้ข้ามไปทำตอนที่ 4)

28. ปัจจัยที่ท่านเลือกทำประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1. เพื่อเป็นเงินออม ❒ 2. เพื่อชดเชยรายได้

❒ 3. เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล ❒ 4. เพื่อเป็นทุนการศึกษา

❒ 5. เพื่อใช้ขอสินเชื่อทางการเงิน ❒ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

29. เหตุผลที่ท่านทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

❒ 1. บริษัทมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ ❒ 2. มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม

❒ 3. สามารถติดต่อกับตัวแทนได้ ❒ 4. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่บ่อยครั้ง

❒ 5. บุคคลที่รู้จักทำประกันของบริษัทนี้ ❒ 6. อื่นๆ โปรดระบุ …….....

30. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง ❒ 2. บิดามารดา

❒ 3. คู่สมรส ❒ 4. ญาติพี่น้อง

❒ 5. เพื่อน ❒ 6. อื่นๆ โปรดระบุ ……

31. รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านมี (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

❒ 1. แบบชั่วระยะเวลา ❒ 2. แบบออมทรัพย์

❒ 3. แบบเงินได้ประจำ ❒ 4. แบบตลอดชีพ

32. บุคคลในครอบครัวของท่านมีผู้ทำประกันกี่คน

❒ 1. 1 คน ❒ 2. 2 คน

❒ 3. 3 คน ❒ 4. 4 คนขึ้นไป

33. ค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปี

❒ 1. ไม่เกิน 10,000 บาท ❒ 2. 10,001 – 25,000 บาท

❒ 3. 25,001 – 40,000 บาท ❒ 4. 40,001 บาทขึ้นไป

34. รูปแบบการผ่อนชำระ

❒ 1. รายเดือน ❒ 2. ราย 3 เดือน

❒ 3. ราย 6 เดือน ❒ 4. รายปี

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาลัยการจัดการ เล่มงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

35. ปัจจุบันท่านมีกรมธรรม์ประกันชีวิตจำนวนเท่าใด

❒ 1. 1 กรมธรรม์ ❒ 2. 2 กรมธรรม์

❒ 3. 3 กรมธรรม์ ❒ 4. 4 กรมธรรม์ขึ้นไป

36. ท่านซื้อประกันชีวิตมานาน ..... ปี (ฉบับที่มีอายุนานที่สุด)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ❒ ที่ท่านต้องการเลือกมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

37. ท่านทำประกันชีวิตกับบริษัทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1. ไทยประกันชีวิต ❒ 2. เมืองไทยประกันชีวิต

❒ 3. ไทยสมุทรประกันชีวิต ❒ 4. อยุธยา อลิอันซ์ซีพี

❒ 5. ทิพยประกันภัย ❒ 6.กรุงเทพประกันภัย

❒ 7. อื่นๆ โปรดระบุ .....

38. เหตุผลที่ท่าน ไม่ซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ 1. มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตัวแทน ❒ 2. ตัวแทนประกันชีวิตไม่น่าเชื่อถือ

❒ 3. ยังไม่ได้รับการติดต่อจากตัวแทน ❒ 4. ไม่มั่นใจในความมั่นคงของบริษัท เอไอเอ

❒ 5. ผลตอบแทนที่ได้ไม่น่าพอใจ ❒ 6. ต้องตรวจสุขภาพ

❒ 7. มีเบี้ยประกันสูง ❒ 8. จำกัดอายุในการทำ

❒ 9. อื่นๆ โปรดระบุ .....

39. ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะซื้อประกันชีวิตกับบริษัท เอไอเอ หรือไม่

❒ 1. ซื้อแน่นอน ❒ 2. อาจจะซื้อ

❒ 3. ไม่ซื้อ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

จากการทดสอบแบบสอบถาม 30 ชุด กับ พนักงานเทศบาลตำบลโพธิ์พระยา สุพรรณบุรี ผลการทดสอบพบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.914 ดังตารางต่อไปนี้

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	20

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวณัฐกานต์ เอี่ยมอัมพรพงศ์

ที่อยู่ 345/7 หมู่ 3 ตำบลโพธิ์พระยา อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนสงวนหญิง สุพรรณบุรี

พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนสงวนหญิง สุพรรณบุรี

พ.ศ. 2554 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวณัฐสุดา คล้ายพันธ์

ที่อยู่ 231/3 หมู่ 1 ตำบลดอนยาง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86210

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนอรุณวิทยา ประจวบคีรีขันธ์

พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนนารีวิทยา ราชบุรี

พ.ศ. 2554 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี