

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตของการวิจัย	8
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสารและแนวคิดทางทฤษฎี	11
การตรวจเอกสาร	11
การตรวจเอกสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต	11
การตรวจเอกสารเกี่ยวกับการใช้แบบจำลองโลจิสติก	15
แนวคิดทางทฤษฎี	19
ทฤษฎีการบริโภคในวงจรชีวิต	19
แบบจำลองพฤติกรรมกรรมการบริโภค	20
แนวความคิดเกี่ยวกับการเสี่ยงภัย	29
แนวคิดการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก	33
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	36
วิธีการวิจัย	36
แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย	38
สมมติฐานในการวิจัย	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ลักษณะทั่วไปของการประกันชีวิตในประเทศไทย	47
ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของการประกันชีวิต ในประเทศไทย	47
ลักษณะการประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย	49
ประเภทของการประกันชีวิต	49
แบบของการประกันชีวิต	52
ชนิดของการประกันชีวิต	54
ประเภทของบริษัทประกันชีวิต	55
โครงสร้างทางการเงินของธุรกิจประกันชีวิต	57
โครงสร้างการตลาดประกันชีวิตในประเทศไทย	61
จำนวนผู้ประกอบการ	61
ความเหมือนหรือแตกต่างกันของผลิตภัณฑ์	62
การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคา	64
ความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากธุรกิจ	65
ส่วนแบ่งตลาด	65
แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตไทยในปี พ.ศ. 2547	66
บทที่ 5 ผลการวิจัย	73
การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	75
การทดสอบสมมติฐาน	81
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	82
การวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติ	88
ปัจจัยทั่วไปของผู้ที่ถือกรมธรรม์	89
ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์	89
ปัจจัยทางด้านราคา	92
ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด	93

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการวิจัย	95
ข้อเสนอแนะ	97
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	99
ภาคผนวก	103
ภาคผนวก ก แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	104
ภาคผนวก ข ข้อมูลพินิจจาก GATS และกฎเกณฑ์ข้อบังคับของไทย	106
ภาคผนวก ค ขั้นตอนในการทำประกันชีวิต	112
ภาคผนวก ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์	116
ภาคผนวก จ แบบสอบถาม	126

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	บริษัทประกันชีวิตที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ณ พ.ศ. 2547	3
2	มูลค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อประชากรวัยทำงาน 1 ราย และสัดส่วน เบี้ยประกันชีวิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศต่างๆ ณ ปี พ.ศ. 2540	5
3	สัดส่วนจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตต่อจำนวนประชากรใน ประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2539 – 2547	6
4	จำนวนประชากรวัยทำงานและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	37
5	ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต กับตัวแปรที่คาดว่าเป็นปัจจัยกำหนด	46
6	มูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของเบี้ยประกันภัยรับสุทธิของบริษัท ประกันชีวิต ปี พ.ศ. 2543 -2547	69
7	จำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	73
8	กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มเพศ อายุ และการศึกษา	76
9	กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่ม รายได้ต่อเดือน และอาชีพ	78
10	ลักษณะของตัวแปรต่างๆไป	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิต	80
12	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่กำหนดโอกาส ในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	84
13	การพยากรณ์ความถูกต้องของแบบจำลอง	87
14	รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ถือกรรมธรรม์	88
15	ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ ของผู้ที่ อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	90
16	ปัจจัยทางด้านราคา	92
17	ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	93
ตารางผนวกที่		
ก1	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต	105

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การกระจายรายได้และการบริโภคในวงจรชีวิต	20
2	แบบจำลองกระบวนการซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน	24