

บทที่ 5

ผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำการคัดเลือกจากเขตที่มีประชากรในวัยทำงานมาก 10 อันดับแรกจากทั้งหมด 50 เขต ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 7

ตารางที่ 7 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างของกลุ่มประชากรวัยทำงาน

กลุ่มประชากร วัยทำงาน (เขต)	จำนวนประชากร วัยทำงาน (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละของจำนวน ตัวอย่าง
1. เขตบางแค	132,133	46	11.50
2. เขตจตุจักร	124,220	43	10.75
3. เขตจอมทอง	121,717	43	10.75
4. เขตดอนเมือง	114,799	40	10.00
5. เขตสายไหม	112,801	39	9.75
6. เขตบางเขน	112,641	39	9.75
7. เขตบางซื่อ	111,529	39	9.75
8. เขตดินแดง	109,398	38	9.50
9. เขตบางกะปิ	106,118	37	9.25
10. เขตธนบุรี	101,725	36	9.00
รวม	1,147,081	400	100.00

ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2548)

จากข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณและเวลาของการศึกษา การศึกษากระทำโดยการกำหนดตัวอย่างทำโดยใช้หลักทางสถิติของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากนั้นจึงได้เลือกตัวอย่างจากจำนวนประชากรในเขตต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ที่ทำการศึกษา เพื่อให้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต แล้วนำมาประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งตัวแปรที่พิจารณา ได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา

1.2 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ซึ่งตัวแปรที่พิจารณา ได้แก่ อาชีพ รายได้

1.3 ข้อมูลของตัวแปรทั่ว ๆ ไป ได้แก่ การออม และการลดหย่อนภาษี

2. การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งจะทำการวิเคราะห์จากแบบจำลอง ดังนี้

แบบจำลองโลจิท (Logit model) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

3. วิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นทางด้านปัจจัยทั่ว ๆ ไปที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล ตัวแปรที่พิจารณา ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา โดยการพิจารณา ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) ของปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างผลการศึกษาเป็นดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 เพศชาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 โดยทั้ง 10 เขต ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังแสดงในตารางที่ 8 ที่แสดงรายละเอียด เพศ อายุ และระดับการศึกษา

อายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด จำนวน 400 คน ผู้ที่มีอายุน้อยที่สุด 16 ปี อายุสูงสุด 60 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 33.88 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 9.9 ปี ในที่นี้ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 4 กลุ่ม ตามช่วงอายุ ส่วนใหญ่คือ กลุ่มที่มีอายุ 27-37 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอายุ 16-26 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 กลุ่มที่มีอายุ 38-48 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 กลุ่มที่มีอายุ 49-60 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 8

ระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้แบ่งระดับการศึกษาก่อเป็น 4 ระดับคือ 1) ระดับประถมศึกษา 2) ระดับมัธยมศึกษา 3) ระดับอาชีวศึกษา 4) ระดับอุดมศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับอุดมศึกษา จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษา จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และระดับประถมศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 8

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

ตัวแปรที่พิจารณา ได้แก่ อาชีพ รายได้ และเบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระต่อปี จากการพิจารณาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่คือกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 186 คน รองลงมาคือกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 0 – 10,000 บาท จำนวน 169 คน กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 39 คน และกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 6 ราย ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำสุดเท่ากับ 1,500 บาท รายได้สูงสุดเท่ากับ 120,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยของรายได้เท่ากับ 16,399.55 บาท และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12,211.24 บาท ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มเพศ อายุ การศึกษา

เพศ อายุ ระดับการศึกษา	กลุ่มของตัวอย่างของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	196	49
หญิง	204	51
รวม	400	100
อายุ		
16-26	114	28.5
27-37	147	36.8
38-48	103	25.7
49-60	36	9.0
รวม	400	100

ตารางที่ 8 (ต่อ)

เพศ อายุ ระดับการศึกษา	กลุ่มของตัวอย่างของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	33.88	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	9.9	
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	20	5.0
มัธยมศึกษา	73	18.3
อาชีวศึกษา	94	23.5
อุดมศึกษา	213	53.2
รวม	400	100

ที่มา: จากการสำรวจ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่คือ กลุ่มอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ กลุ่มผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 กลุ่มผู้มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และกลุ่มอาชีพอื่นๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ดังแสดงในตารางที่ 9

ข้อมูลของตัวแปรต่างๆไป

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สามารถสรุปข้อมูลของตัวแปรต่างๆไป ด้านการออมมีผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตถือว่าการออมเงิน จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 ไม่ถือว่าการออมเงินจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ส่วนทางด้านความคุ้มครองมีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตถือว่าการให้ความคุ้มครองชีวิต จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 ไม่ให้ความคุ้มครอง จำนวน

47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และคิดว่าการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสามารถที่จะนำไปหักลดหย่อนภาษีได้จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75 บางส่วนที่คิดว่าไม่สามารถที่จะนำไปหักลดหย่อนภาษีได้จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่ม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	กลุ่มของตัวอย่างของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	16,399.55 บาท	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	12,211.24 บาท	
ค่าต่ำสุด	1,500.00 บาท	
ค่าสูงสุด	120,000.00 บาท	
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	161	40.3
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	56	14.0
พนักงานบริษัทเอกชน	141	35.3
อาชีพอื่นๆ	42	10.4
รวม	400	100

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 10 ลักษณะของตัวแปรต่างๆไปด้านการออมเงิน ความคุ้มครองและการหักลดหย่อนภาษี

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การออมเงิน		
- ใช่	311	77.8
- ไม่ใช่	89	22.3
ความคุ้มครอง		
- ใช่	353	88.3
- ไม่ใช่	47	11.7
นำภาษีไปหักลดหย่อน		
- ใช่	300	75.0
- ไม่ใช่	100	25.0

ที่มา: จากการสำรวจ

หากนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาพิจารณาแยกตามผลการตัดสินใจว่าซื้อหรือไม่ซื้อ
 กรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่าผู้ที่ตัดสินใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 50.54 เป็นเพศชายจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 49.46 มีอายุอยู่
 ระหว่าง 27-37 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษา จำนวน
 122 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท
 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 60.33 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน
 คิดเป็นร้อยละ 39.67 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงเงื่อนไขการที่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต
 พบว่าส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเพราะเห็นว่าเป็นทางเลือกหนึ่งของการออมเงิน จำนวน 150 คน
 คิดเป็นร้อยละ 81.52 สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ จำนวน 156 คน คิด
 เป็นร้อยละ 84.78 และเห็นถึงประโยชน์ทางด้านความคุ้มครอง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ
 93.48 ดังตารางที่ 11 สำหรับผู้ที่ไม่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.39 เพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 48.61 มีอายุ
 อยู่ระหว่าง 16 -26 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 38.43 สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษา
 จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 42.13 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 0 -10,000 บาท จำนวน
 132 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 มีอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ
 40.74 ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจและไม่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ลักษณะ	ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์		ตัดสินใจไม่ซื้อกรมธรรม์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	91	49.46	105	48.61
หญิง	93	50.54	111	51.39
อายุ				
16-26	31	16.84	83	38.43
27-37	69	37.50	78	36.11
38-48	59	32.06	44	20.37
49-60	25	13.60	11	5.09
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา	7	3.80	13	6.02
มัธยมศึกษา	21	11.42	52	24.07
อาชีวศึกษา	34	18.48	60	27.78
อุดมศึกษา	122	66.30	91	42.13
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
0-10,000	38	20.65	132	61.11
10,001-30,000	111	60.33	75	34.72
30,001-50,000	29	15.76	9	4.17
สูงกว่า 50,000	6	3.26	0	0
อาชีพ				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	39.67	88	40.74
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	37	20.11	19	8.80
พนักงานบริษัทเอกชน	67	36.41	74	34.26
อาชีพอื่นๆ	7	3.81	35	16.20

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ลักษณะ	ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์		ตัดสินใจไม่ซื้อกรรมธรรม์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจัยร่วม				
เพื่อการออมเงิน	150	81.52	161	74.53
นำไปหักลดหย่อนภาษี	156	84.78	144	66.67
ให้ความคุ้มครอง	172	93.48	181	83.80

ที่มา: จากการสำรวจ

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานทำการวิเคราะห์จากแบบจำลอง โลจิต (Logit model) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญโดยใช้เครื่องมือทางสถิติคือ แบบจำลองโลจิต ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม (ข้อมูลเชิงคุณภาพ)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่าปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ การออมเงิน การลดหย่อนภาษี ความคุ้มครอง โดยปัจจัยที่มีทิศทางเดียวกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตคือ เพศ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา การออมเงิน การลดหย่อนภาษี ความคุ้มครอง ปัจจัยที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตคือ อายุ

และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (OCC3) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) การศึกษาระดับมัธยมศึกษา (EDU1) การศึกษาระดับอาชีวศึกษา (EDU2) การศึกษาระดับอุดมศึกษา (EDU3) อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ (OCC1) และการออมเงิน (SAV) พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ ผลจากการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 12 โดยที่ค่า $E \text{Exp}(\beta)$ คือ ค่า Exponential ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระ

พิจารณาได้ว่าตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญในการประมาณค่าถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ทั้งหมดจำนวน 2 ตัวแปร คือ ให้ความคุ้มครองและนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้ และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 คือ รายได้ และอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 12

สำหรับการอธิบายค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ เนื่องจากแบบจำลองโลจิทเป็นแบบจำลองที่ไม่เป็นเส้นตรง จึงไม่สามารถวัดผลกระทบต่อตัวแปรตามได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว แต่สามารถอธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ X_i เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ จะทำให้ล็อกออดส์เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แต่เนื่องจากจากการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของล็อกออดส์นั้นจะเข้าใจยาก ฉะนั้นสามารถที่จะพิจารณาจาก Odds หรือ

e^{b_i} ; $i = 1, 2, \dots, 12$ แทน (กัลยา, 2546: 102-104)

$$\begin{aligned} &= b_0 + b_1 + \dots + X_{ij} = X_{ij} \\ &= \text{Exp}(\beta) \end{aligned}$$

ถ้าพิจารณาค่า e^{b_i} จะพบว่าสรุปได้ 3 ลักษณะดังนี้

1. ถ้า $b_i > 0$ จะทำให้ $e^{b_i} > 1$ ค่า Odds เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกำหนดโอกาสในการตัดสินใจซื้อ
กรรมกรรมประกันชีวิต

Variable	Coefficient (B)	S.E	Wald	Sig	Exp(B) (Odds)
SEX	-0.170	0.238	0.509	0.475	0.844
AGE	0.022	0.016	1.837	0.175	1.022
EDU1	-0.588	0.614	0.918	0.338	0.555
EDU2	-0.250	0.622	0.162	0.688	0.779
EDU3	0.436	0.632	0.477	0.490	1.547
OCC1	-0.395	0.505	0.61	0.435	0.674
OCC2	-1.461	0.568	6.622	0.010***	0.232
OCC3	-1.054	0.493	4.569	0.033**	0.348
INC	0.000	0.000	15.644	0.000***	1.000
SAV	-0.027	0.309	0.008	0.929	0.973
TAX	-0.527	0.303	3.019	0.082*	0.59
COV	-767	0.409	3.524	0.061*	0.464
Constant	0.571	1.598	0.128	0.721	1.770
- 2 Log likelihood	443.625				
Chi -square	108.330				
Cox & Snell R ²	0.237				
Nagelkerke R ²	0.317				

หมายเหตุ: * คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

** คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

Wald คือ Wald Statistic $= (B/S.E.)^2$

Exp(B) คือ ค่า Exponential ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระ

ที่มา: จากการสำรวจ

2. ถ้า $b_1 = 0$ จะทำให้ $e^{b_1} = 1$ ค่า Odds ไม่เพิ่มขึ้นหรือลดลง หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่เพิ่มขึ้นหรือลดลง

3. ถ้า $b_1 < 0$ จะทำให้ $e^{b_1} < 1$ ค่า Odds ลดลง หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลดลง

รายได้ (Income) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตสูงและผู้ที่มีรายได้ลดลงมีแนวโน้มที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลดลงด้วยและผลการวิเคราะห์ทางสถิติได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาค่า $Exp(\beta)$ พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งหมายความว่าไม่ว่ารายได้จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตามจะทำให้ค่า e^{b_1} ยังคงเท่ากับ 1 จะทำให้ค่า odd ratio ไม่เปลี่ยนแปลง และนั่นคือโอกาสในการที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเท่าเดิม ซึ่งสาเหตุอาจมาจากผู้ที่อยู่ในวัยทำงานนั้นได้รับสวัสดิการที่คิดว่าเพียงพอแล้วจากที่ทำงานต้นสังกัด จึงไม่คิดที่จะซื้อประกันชีวิตอีก หรืออาจเป็นเพราะในปัจจุบันภาวะวิกฤตน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น และความไม่สงบในบ้านเมืองส่งผลกระทบต่อสินค้าที่สูงขึ้น แต่ทางด้านผู้ทำงานยังมีรายได้เท่าเดิม ทำให้โอกาสในการที่จะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตไม่เปลี่ยนแปลง เพราะไม่อยากเป็นการเพิ่มภาระทางด้านรายจ่ายเพิ่มขึ้นและผลจากการสำรวจพบว่าผู้มีรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

อาชีพ (Occupation) ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มอาชีพออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ ตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน ผู้ที่ทำอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน มีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่าผู้ทำงานรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจซึ่งมีสวัสดิการทางด้านต่าง ๆ เช่น การรักษาพยาบาล เงินกองทุน กบข. และมีความมั่นคงทางด้านการงานดีกว่าพนักงานเอกชน เพราะอยู่ภายใต้การบริหารงานของรัฐบาล และผลจากการวิเคราะห์พบว่าอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว (OCC2) พนักงานบริษัทเอกชน (OCC3) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ตามลำดับ และมี ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -1.461 และ -1.054 และเมื่อพิจารณาค่า $Exp(\beta)$ พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.232 และ 0.348 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสองอาชีพมีค่าน้อยกว่า 1 นั่นคือ โอกาสในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจะลดลงเท่ากับ 1.461 และ 1.054 ตามลำดับ

การหักลดหย่อนภาษี (TAX) ผลการทดสอบพบว่า การหักลดหย่อนภาษีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแต่มีผลทางด้านลบ ซึ่งตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าภาษีเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เพราะภาครัฐมีนโยบายในการเพิ่มค่าลดหย่อนภาษีจาก 10,000 บาท เพิ่มเป็น 50,000 บาทต่อปี มีผลต่อการนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตอนสิ้นปีของผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน แต่ผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติได้ค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.527 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และเมื่อพิจารณาค่า $Exp(\beta)$ เท่ากับ 0.590 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 หมายความว่า โอกาสในการที่จะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจะลดลงเท่ากับ 0.527 สาเหตุอาจเนื่องมาจากผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท และเมื่อหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ แล้ว เหลือส่วนที่จะนำไปคำนวณภาษีไม่มากนัก ฉะนั้นจึงทำให้โอกาสที่จะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลดลง

การซื้อความคุ้มครอง (COV) ผลการทดลองพบว่า การซื้อความคุ้มครองเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าการซื้อความคุ้มครองเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อการที่จะตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตและการให้ความคุ้มครองนั้นตรงตามความต้องการของผู้ที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตนั้น ๆ แต่ผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.767 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และเมื่อพิจารณาค่า $Exp(\beta)$ เท่ากับ 0.464 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 หมายความว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ซื้อความคุ้มครองเพิ่มขึ้น จะทำให้ค่า Odd ratio ลดลง นั่นคือโอกาสที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจะลดลงเท่ากับ 0.767

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของสมการ โดยพิจารณาจากสถิติการทดสอบ chi-square (χ^2) พบว่ามีค่าเท่ากับ 108.330 ค่า $-2 \log \text{likelihood}$ เท่ากับ 443.625 ซึ่งเป็นการแสดงถึงการกระจายข้อมูลที่มีลักษณะภายใต้โค้งปกติ นั่นคือการปฏิเสธ H_0 หมายถึง โอกาสในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว คือ ตัวแปรรายได้ (INC) ตัวแปรอาชีพค้าขายหรือธุรกิจ

ส่วนตัว (OCC2) ตัวแปรอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (OCC3) ตัวแปรทางด้านการหักลดหย่อนภาษี (TAX) ตัวแปรทางด้านการให้ความคุ้มครอง (COV) ในสมการตั้งต้นที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 90 และจากค่าสถิติ Nagelkerke R² ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ที่จะอธิบายความผันแปร ใน Logistic regression model ในการวิเคราะห์ค่า Nagelkerke R² มีค่าเท่ากับ 0.317 แสดงว่าสมการนี้ สามารถใช้พยากรณ์ความน่าจะเป็นที่แต่ละปัจจัยจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ได้ร้อยละ 31.7 ซึ่งถือได้ว่าสมการนี้สามารถใช้พยากรณ์การวิเคราะห์ได้ดี ในระดับหนึ่ง และเมื่อ ใช้แบบจำลองดังกล่าวในการพยากรณ์ความถูกต้องของการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่าสามารถพยากรณ์รวมได้ถูกต้องถึงร้อยละ 69.25 ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การพยากรณ์ความถูกต้องของแบบจำลอง

	ไม่ซื้อประกันชีวิต	ซื้อประกันชีวิต	ร้อยละของการพยากรณ์ถูกต้อง
ไม่ซื้อประกันชีวิต	164	52	¹ 75.93
ซื้อประกันชีวิต	71	113	² 61.41
รวม			³ 69.25

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 13 สามารถนำมาคำนวณหาค่าพยากรณ์ได้ดังนี้

¹จากข้อมูลจริงพบว่าผู้ไม่ได้ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 216 คน แต่เมื่อใช้แบบจำลองในการพยากรณ์ สามารถพยากรณ์ได้ว่าผู้ที่ไม่ได้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 164 คน นั่นคือ สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง $(164/216) * 100 = 75.93$

²ข้อมูลจริงมีผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 184 คน เมื่อใช้แบบจำลองในการพยากรณ์ สามารถพยากรณ์ผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 113 คน นั่นคือพยากรณ์ได้ถูกต้อง $(113/184) * 100 = 61.41$

³ผลรวมของการพยากรณ์ได้ถูกต้อง $(164+113) / 400 * 100 = 69.25$

ผลรวมของการพยากรณ์ไม่ได้ถูกต้อง $(71+52) / 400 * 100 = 30.75$

การวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติ

ปัจจัยต่างๆ ไปของผู้ที่ถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตอยู่

จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน มีผู้ที่ถือกรรมธรรม์อยู่จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ผู้ที่ถือกรรมธรรม์อยู่นั้นส่วนใหญ่จะเป็นแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ แบบชั่วระยะเวลา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 แบบตลอดชีพ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และแบบบำนาญ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อกรรมธรรม์จะซื้อผ่านตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมา คือซื้อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ซื้อผ่านธนาคาร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ โดยมีเบี้ยประกันที่ต้องชำระต่อปีต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ เบี้ยประกันที่ต้องชำระต่อปีระหว่าง 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ที่ถือกรรมธรรม์

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบกรรมธรรม์ที่มีอยู่		
สะสมทรัพย์	70	49.3
ชั่วระยะเวลา	36	25.4
ตลอดชีพ	24	16.9
บำนาญ	12	8.5
พฤติกรรมการซื้อ		
ผ่านตัวแทนประกันชีวิต	90	3.4
ซื้อกับบริษัทประกันโดยตรง	30	21.1
ซื้อผ่านทางธนาคาร	14	9.9
อื่นๆ	8	5.6

ตารางที่ 14 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ที่ถือกรรมธรรม์

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระต่อปี		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	71	50.0
10,000 – 50,000 บาท	68	47.9
50,001 – 100,000 บาท	3	2.1
มากกว่า 100,00 บาท	0	0.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตนั้น จะพิจารณาจากการให้น้ำหนักความสำคัญในแต่ละปัจจัยของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย เพื่อหาปัจจัยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดในภาพรวม และนำคะแนนเฉลี่ยมาจัดลำดับความสำคัญของความเห็นในแต่ละปัจจัย

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด คือปัจจัยทางด้านราคา โดยได้คะแนนเฉลี่ย 4.10 และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยทางด้านช่องทางจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ย 3.96 และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย คือ ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ย 3.83 โดยมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยทางด้านช่องทางจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความมั่นคงและฐานะทางการเงินของบริษัทประกันภัย เพื่อซื้อความคุ้มครองให้กับครอบครัว เพื่อซื้อความคุ้มครองให้กับตัวเอง และเพื่อรับเงินชดเชยเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.30, 4.29 และ 4.27 ตามลำดับ เนื่องจากการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นการทำสัญญาผูกพันกับบริษัทประกันชีวิตในระยะยาว ดังนั้นชื่อเสียงด้านความมั่นคงและฐานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต

จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ซื้อกรมธรรม์ให้ความสำคัญมากเพราะจะทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทประกันชีวิตมีความมั่นคงทางการเงินและมีศักยภาพเพียงพอที่จะจ่ายเงินประกันได้ตามสัญญา เมื่อสัญญาครบกำหนดหรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันขึ้นมา รongลงมาได้แก่ การซื้อความคุ้มครองให้กับครอบครัว การซื้อความคุ้มครองให้กับตนเอง และการได้รับเงินชดเชยเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย ซึ่งเป็นปัจจัยกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญมากเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังเห็นว่าวัตถุประสงค์หลักของการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตคือ ความคุ้มครองหากผู้ซื้อประกันชีวิตเสียชีวิตลงกระทันหัน เงินประกันชีวิตที่จะได้รับจะเป็นหลักประกันอย่างหนึ่งสำหรับครอบครัว หรือการชำระภาระทางการเงินต่าง ๆ ของผู้เอาประกัน ดังตารางที่ 15 แต่เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญรวมโดยเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แล้วจะมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในระดับที่ดี

ส่วนปัจจัยทางด้านช่องทางจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญ เนื่องจากผู้เอาประกันไว้วางใจให้ตัวแทนเป็นตัวแทนในการติดต่อกับบริษัทประกันชีวิตและช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เอาประกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญปานกลาง ประกอบด้วย มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับตัวแทน และเกรงใจตัวแทน โดยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และ 2.70 ตามลำดับ เนื่องจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตนั้นจะต้องพิจารณาจากสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เอาประกัน ถ้าเกรงใจตัวแทนอาจจะทำให้ผู้ทำประกันไม่ได้รับสิ่งที่เป็นประโยชน์ หรือตรงตามกำลังที่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตสามารถที่จะรับได้ นอกจากนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญประกอบด้วยหลาย ๆ ปัจจัย ดังตารางที่ 15 แต่เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญรวมโดยเฉลี่ยด้านช่องทางจัดจำหน่ายแล้วจะมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.20 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในระดับที่ตีปานกลาง

ตารางที่ 15 ปัจจัยทางด้านช่องทางจัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

(หน่วย: คน)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับคะแนนความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
ชื่อเสียงของบริษัทประกันภัย	168	146	63	19	4	4.14	มีความสำคัญ
ความมั่นคงและฐานะทางการเงินของบริษัท	236	105	44	12	3	4.40	มีความสำคัญมาก
แบบประกันมีให้เลือกหลายแบบ	136	152	101	9	2	4.03	มีความสำคัญ

ตารางที่ 15 (ต่อ)

(หน่วย: คน)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับคะแนนความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
เปรียบเทียบกัน							
เทียบประกันภัยที่จ่ายต่ำกว่าเทียบกับ							
ทุนประกัน	157	145	86	9	3	4.11	มีความสำคัญ
เพื่อซื้อความคุ้มครองให้กับตนเอง	197	133	60	8	2	4.29	มีความสำคัญมาก
เพื่อซื้อความคุ้มครองให้ครอบครัว	200	135	54	8	3	4.30	มีความสำคัญมาก
เพื่อเป็นทุนการศึกษาให้บุตร	155	114	78	27	26	3.86	มีความสำคัญ
เพื่อเป็นเงินกองทุนเมื่อเกษียณอายุ	163	104	85	34	14	3.92	มีความสำคัญ
เพื่อใช้สิทธิในการรักษาพยาบาล	185	113	68	26	8	4.10	มีความสำคัญ
เพื่ออัตราผลตอบแทน							
(กรณีสะสมทรัพย์)	154	160	64	15	7	4.10	มีความสำคัญ
เพื่อรับเงินชดเชยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ							
หรือเจ็บป่วย	212	110	59	13	6	4.27	มีความสำคัญมาก
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้	106	133	111	34	16	3.70	มีความสำคัญ
บริษัทที่มีการบริการที่ดี	178	128	73	14	7	4.14	มีความสำคัญ
มีเครือข่ายโรงพยาบาลจำนวนมาก	166	138	71	20	5	4.10	มีความสำคัญ
มีความสะดวกในการแจ้งเคลม	184	114	81	16	5	4.14	มีความสำคัญ
เพื่อการออมเงิน	156	136	83	18	7	4.04	มีความสำคัญ
รวมคะแนนเฉลี่ย						4.11	มีความสำคัญ
มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับตัวแทน	64	85	141	64	46	3.14	มีความสำคัญปานกลาง
ความน่าเชื่อถือของตัวแทน	122	122	110	34	12	3.77	มีความสำคัญ
เกรงใจตัวแทน	44	70	110	73	103	2.70	มีความสำคัญปานกลาง
รวมคะแนนเฉลี่ย						3.20	

ที่มา: จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ การจ่ายเงินปันผล ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความสำคัญมากที่สุด (ระดับ5) 199 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญ ประกอบด้วยอัตราเบี้ยประกันภัย มีส่วนลดเบี้ยประกันภัย มีการทยอยคืนเงินสด และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.01, 4.01 และ 3.99 ตามลำดับแต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความสำคัญดังนั้นจึงถือได้ว่าปัจจัยทางด้านราคาที่สำคัญเป็นอันดับแรกคือ การจ่ายเงินปันผล เพราะจากภาวะเศรษฐกิจที่ผ่านมาทำให้ผู้ซื้อกรรมธรรม์ให้ความสนใจทางด้านผลตอบแทนมากขึ้น เมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากการฝากเงินที่ธนาคาร หรือการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีแต่อัตราเสี่ยงที่สูงกว่า จึงทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับการซื้อกรรมธรรม์ที่ให้ทั้งความคุ้มครองและให้ผลตอบแทนที่ดีซึ่งเป็นสิ่งที่ประกันความเสี่ยงได้ และอัตราเบี้ยประกันภัยก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะผู้ที่ซื้อกรรมธรรม์ก็อาจจะคำนึงถึงความสามารถในการชำระเบี้ยประกันชีวิตว่าผู้ซื้อกรรมธรรม์มีศักยภาพพอที่จะชำระเบี้ยได้ ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ปัจจัยทางด้านราคา

(หน่วย: คน)

ช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับคะแนนความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
การจ่ายเงินปันผล	199	130	53	16	2	4.27	มีความสำคัญมาก
อัตราเบี้ยประกันภัย	180	135	71	12	2	4.20	มีความสำคัญ
มีส่วนลดเบี้ยประกันภัย	139	147	98	13	3	4.01	มีความสำคัญ
มีการทยอยคืนเงินสด	151	127	101	16	5	4.01	มีความสำคัญ
เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันภัย	145	131	102	17	5	3.99	มีความสำคัญ
รวมคะแนนเฉลี่ย						4.10	มีความสำคัญ

ที่มา: จากการคำนวณ

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด (ระดับ 5) คือ การเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิต จำนวน 155 คน และปัจจัยรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการมีศูนย์ให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 147 คน เพราะในปัจจุบันถ้ากลุ่มลูกค้าต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตก็สามารถที่จะโทรเข้าไปฟัง หรือสอบถามข้อมูลได้จากศูนย์บริการข้อมูล (Call Center) โดยอัตโนมัติหรือมีพนักงานคอยให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิต ส่วนปัจจัยทางด้านอื่น ๆ เช่น การมีบทบาทในการช่วยเหลือสังคม มีการให้ข้อมูลของแบบประกันโดยตัวแทน มีการโฆษณาต่างที่มุ่งเน้นความไม่แน่นอนของชีวิต การโฆษณาที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ของบริษัทประกันชีวิต และการแนะนำการประกันชีวิตตามงานแสดงต่าง ๆ ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.05, 3.92, 3.83, 3.69, 3.68 และ 3.57 ตามลำดับ และมีระดับค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็มีส่วนร่วมในการเสริมสร้างและส่งเสริมทางด้านการตลาดของธุรกิจประกันชีวิตได้เป็นอย่างดี ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับคะแนนความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตจากบริษัท	155	138	90	13	4	4.07	มีความสำคัญ
มีศูนย์ให้บริการข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์	147	146	89	15	3	4.05	มีความสำคัญ
มีการให้ข้อมูลของแบบประกันโดยตัวแทน	118	154	108	17	3	3.92	มีความสำคัญ
มีการโฆษณาที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ของบริษัท	79	152	138	24	7	3.68	มีความสำคัญ
มีการโฆษณาที่มุ่งเน้นถึงความไม่แน่นอนของชีวิต	96	130	135	30	9	3.69	มีความสำคัญ

ตารางที่ 17 (ต่อ)

(หน่วย: คน)

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด	ระดับคะแนนความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
มีการแนะนำการประกันชีวิตตาม							
งานแสดงต่าง ๆ	79	124	157	26	14	3.57	มีความสำคัญ
การมีบทบาทในการช่วยเหลือสังคม	120	128	122	24	6	3.83	มีความสำคัญ
รวมคะแนนเฉลี่ย						3.83	มีความสำคัญ

ที่มา: จากการคำนวณ