T 148666

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษา คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษา คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภูมหลัง ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษา คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสถานการณ์ (ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต และแรงจูงใจในการทำประกันชีวิต)ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษา คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะพัฒนาสังคม ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 150 คน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง 2) แบบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต 3) แบบวัดการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต 4) แบบวัดแรงจูงใจในการทำประกันชีวิต และ 5) แบบวัดทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุม 3 ด้าน คือ ด้านบริษัทประกันชีวิต ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านตัวแทนประกันชีวิต แบบวัดชุดที่ 3 ชุดที่ 4 และ ชุดที่ 5 ได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง (ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .80, .87 และ .96 ตามลำดับ) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t – test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product – Moment Correlation)

T 148666

ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.3 เป็นเพศหญิง อายุโดยเฉลี่ย 36.7 ปี ร้อยละ 58.0 สถานภาพโสดรวมถึงหย่าแล้วไม่มีลูก ร้อยละ 40.4 อาชีพรับราชการ ร้อยละ 38.0 รายได้ส่วนตัว ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.9 มีรายได้ทั้งครอบครัว ต่ำกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 26.3 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไป และ ร้อยละ 77.3 มีประสบการณ์ในการทำประกันชีวิต

2. ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวมและใน 3 ด้านย่อย โดยด้านบริษัทประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. ปัจจัยด้านภูมิหลัง คือ เพศ และประสบการณ์ในการทำประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า นักศึกษาชายมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตที่ดีกว่านักศึกษาหญิงและนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำประกันชีวิตมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตที่ดีกว่า นักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำประกันชีวิต

4. ปัจจัยด้านสถานการณ์ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต และแรงจูงใจในการทำประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ นักศึกษาที่ยิ่งมีการรับรู้ข่าวสารมาก ก็ยิ่งมีทัศนคติที่ดีต่อการประกันชีวิตมากขึ้นตามไปด้วย และนักศึกษาที่ยิ่งมีแรงจูงใจในการทำประกันชีวิตมาก ก็ยิ่งมีทัศนคติที่ดีต่อการทำประกันชีวิตมากขึ้นตามไปด้วย

ผลการศึกษา ทำให้มีแนวทางเสนอบริษัทประกันชีวิต เพื่อการส่งเสริมทัศนคติที่ดีของบุคคลทั่วไปต่อการทำประกันชีวิต ดังนี้ คือ 1) ควรฝึกอบรมตัวแทนประกันชีวิตให้เป็นผู้ขายที่ดีและมีความจริงใจต่อลูกค้า 2) ควรพิจารณารูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตให้มีความหลากหลายและคุ้มค่า เพื่อให้เกิดแรงจูงใจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม 3) ควรเพิ่มบริการหลังการขายและความรวดเร็วในการให้บริการเพื่อความประทับใจของลูกค้า 4) ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ถึงประโยชน์ของการทำประกันชีวิต โดยเฉพาะผู้หญิงและกลุ่มที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำประกันชีวิต

TE 148666

Title of Research Paper	:	Factors Related to the Attitudes toward Life Insurance of the Students in the School of Social Development, National Institute of Development Administration
Author	:	Miss Saisamorn Lertkhochalug
Degree	:	Master of Arts (Social Development)
Year	:	2003

The three objectives of the study were 1) to find out the attitude toward life insurance of the students in the School of Social Development, National Institute of Development Administration, 2) to identify the background variables related to the student's attitude toward life insurance, and 3) to examine the situational variables (i.e., knowledge and understanding about life insurance, acknowledgement of news about life insurance, and motivation in buying a life insurance policy) that were related to their attitude toward life insurance.

The data were collected from 150 graduate students in the weekend program offered in Bangkok of the School of Social Development, NIDA. The questionnaire used to gather the data consisted of 5 parts : 1) background of the respondents 2) measurement of the knowledge and understanding about life insurance, 3) measurement of acknowledgement of news about life insurance, 4) measurement of motivation in buying a life insurance policy, and 5) measurement of the attitude toward life insurance. The content covered three dimensions : life insurance companies, life insurance policies, and life insurance representatives. The third, forth and fifth parts were tested for their reliability. The reliability of each was .80, .87 and .96, respectively. The statistics for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way Analysis of Variance, and Pearson's Product-Moment Correlation.

The findings were summed up as follows :

1. Most of the respondents (55.3%) were female. The average age was 36.7 years. About 58.0 percent were single (including those who were divorced and had no

children). About 40.4 percent were government officials. About 38.0 percent had a private income of 10,000-20,000 baht. About 32.9 percent had a family income of lower than 40,000 baht. About 26.3 percent had 5 or more family members. And about 77.3 percent had an experience in buying a life insurance policy.

2. The overall attitude of the students toward life insurance was moderate. All the dimensions were found to receive a moderately positive attitude too. The highest mean belonged to life insurance companies, followed by types of life insurance policies, and life insurance representative, respectively.

3. The background variables, i.e., sex and experience in buying a life insurance policy, were found to be significantly related to their attitude toward life insurance. That is, the male students had a better attitude toward life insurance than the female ones. In addition, the students who had an experience in buying a life insurance policy had a better attitude toward life insurance than those who had no experience.

4. The situational variables, i.e., acknowledgement of the news about life insurance and motivation to buy a life insurance policy were significantly related to the attitude toward life insurance. That is, the more information the students got, the better their attitude toward life insurance. Next, the higher the motivation the students had, the better the attitude toward life insurance.

The following recommendations were made to create a good attitude of people toward life insurance. 1) The life insurance representatives should be trained to be good salespersons and they should be honest to the customers. 2) A variety of life insurance policies should be available to respond to the needs of all groups of customers. 3) The after-sale services should be increased. Also, the service should be speedy to impress the customers. 4) All sorts of public relations should be used to enable people to realize the advantage of buying a life insurance policy. Especially, the target should be women and those who have not bought any life insurance policy before.