

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ  
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของเกษตรกร  
กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
สาขาแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวพัทธนาริน มงคล

มีนาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของเกษตรกร  
กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัด  
เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ซื้อ  
ไม่ซื้อ และคิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของเกษตรกรที่เป็นลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์  
การเกษตร สาขาแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) ปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่มีอิทธิพล  
ต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของเกษตรกร กลุ่มผู้ซื้อและคิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของ  
ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 3)  
รูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิตของเกษตรกรกลุ่มผู้ซื้อ และคิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่เป็นลูกค้า  
ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 13  
ตำบล จำนวน 374 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทาง  
สังคมศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ผู้คิดจะซื้อ และผู้ไม่ซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชั้น AAA เพศชาย จบการ  
ศึกษาระดับประถมศึกษา เป็นหัวหน้าครอบครัว มีภาระหนี้สินหนึ่งแห่ง บุคคลที่ประกอบอาชีพใน  
ครอบครัวมีจำนวนสองคน เคยมีเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทประกันชีวิตเสนอขายประกันให้ และมี  
ทัศนคติต่อการประกันชีวิตในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคิดจะซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 42 – 46 ปี ผู้ไม่ซื้อที่มีอายุมากกว่า 56 ปี กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มมีรายได้ภาคการเกษตร 25,001 – 50,000 บาทต่อปี ขณะที่ผู้ซื้อที่มีรายได้นอกภาคการเกษตร 25,001 – 50,000 บาทต่อปี ผู้คิดจะซื้อ มีต่ำกว่า 25,001 บาทต่อปี ผู้ไม่ซื้อไม่มีรายได้นอกภาคการเกษตร ผู้ซื้อและไม่ซื้อ มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 1 – 3 ไร่ ผู้คิดจะซื้อ มี 4 – 6 ไร่ ผู้คิดจะซื้อและไม่ซื้อ มีผู้ที่อยู่ในอุปการะจำนวนสองคน ผู้ซื้อ มีจำนวนหนึ่งคน

ปัจจัยสี่กระตุ้นทางการตลาดด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อในระดับมาก สำหรับปัจจัยสี่กระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ จำนวนวงเงินเอาประกันชีวิตโดยเฉลี่ย 194,360 บาท มีเงื่อนไขในการชำระเบี้ยประกันแบบรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี โดยเฉลี่ยครั้งละ 483, 1,804, 2,100 และ 12,235 บาท ตามลำดับวิธีการชำระเบี้ยประกันโดยจ่ายผ่านตัวแทนประกันชีวิต และซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิต

กลุ่มตัวอย่างผู้คิดจะซื้อส่วนใหญ่คิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และแบบตลอดชีพ โดยแบบสะสมทรัพย์มีจำนวนวงเงินเอาประกันโดยเฉลี่ย 159,575 บาท มีเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันแบบรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี โดยเฉลี่ยครั้งละ 161, 727, 769 และ 4,157 บาท ตามลำดับ ส่วนแบบตลอดชีพ มีจำนวนวงเงินเอาประกันชีวิตโดยเฉลี่ย 209,266 บาท มีเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันแบบรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี โดยเฉลี่ยครั้งละ 277, 585, 1,239 และ 3,773 บาท ตามลำดับ โดยผู้คิดจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งสองแบบต้องการชำระเบี้ยประกันและซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Agricultural Economics

FACTORS INFLUENCING FARMERS' BUYING DECISION OF THE LIFE  
INSURANCE POLICY: A CASE STUDY OF MEMBERS OF THE BANK  
FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,  
MAEJO BRANCH, SANSAI DISTRICT,  
CHIANG MAI PROVINCE

By

PHATTHANARIN MONGKHON

MARCH 2003

Chairman: Associate Professor Dr.Thep Phongpanich  
Department/Faculty: Department of Agricultural Economics and Co - operatives,  
Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to find out 1) personal, economic, social and cultural factors of the customers, prospective customers and noncustomers in buying or not buying life insurance of the bank for agriculture and agricultural cooperatives, Maejo branch, Sansai district, Chiangmai province. 2) marketing mixed factors affecting buying decision for life insurance policy of these customers. 3) types of life insurance policy of these customers prefer. The data were collected from 13 subdistricts, 374 participants and analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences. The findings were as follows :

Most of the customers, prospective customers and noncustomers were AAA customer class, male, completed a primary school, household leaders, loaners, with two

working family members. The company's marketers had to sell life insurance policy to them and the customers' attitude for life insurance were at a moderate level.

Most of the customers and prospective customers were 42 – 46 years old, while the noncustomers older than 56 years old. They had an agricultural income at 25,001 – 50,000 Baht per year. The customers' outside agricultural income 25,001 – 50,000 Baht per year, the prospective customers' outside agricultural sector's income was lower than 25,001 Baht per year. The noncustomers did not have the outside agricultural income. The customers and noncustomers had the agricultural land lower than 1 - 3 Rais, while the prospective customers had 4 – 6 Rais. The prospective customers and noncustomers had two guardians, while the customers had one only guardian.

Marketing mixed factors of price and place affected the noncustomer groups in not buying life insurance at a high level, while product and promotion at a moderate level.

Most of the customers bought endowment insurance policy, with average of sum assurance was 194,360 Baht. The every month, 3 month, 6 month and yearly for term of payment were 483, 1,804, 2,100 and 12,235 Baht average per time, respectively. They paid the premium to and bought the life insurance policy from the life insurance agents.

Most of the prospective customers bought endowment insurance policy and long life insurance policy, with average of sum assurance was 159,575 Baht. The every month, 3 month, 6 month and yearly for term of payment were 161, 727, 769 and 4,157 Baht average per time, respectively. For the long life insurance policy with average of sum assurance was 209,266 Baht, the every month, 3 month, 6 month and yearly for term of payment were 277, 585, 1,239 and 3,773 Baht average per time, respectively. They would pay the premium to and bought the life insurance policy from the life insurance agents.