

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสาขาตาศิลี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสาขาตาศิลี แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนกรมธรรม์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และวัตถุประสงค์ในการทำประกันชีวิต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัยคือ ลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) รวม 1,958 คน โดยใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างโดยสูตรของยามานะ (Yamane) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 คน แล้วใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยจำแนกลูกค้าออกตามอาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกรรม อื่นๆ (นักเรียน นักศึกษา พ่อบ้าน แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป ค้าขาย) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีค่าความเชื่อมั่นโดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.981 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) ซึ่งใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการแสดงของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD)

### ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสาขาตาศิลีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการให้บริการ ด้านตัวแทนประกันชีวิต ด้านผลตอบแทนและสินไหมทดแทน ด้านอัตราการจ่ายค่าเบี้ยประกัน ด้านเงื่อนไขความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท
2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสาขาตาศิลี เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และวัตถุประสงค์ในการทำประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และจำนวนกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน

**ABSTRACT**

This research aims to 1) study the influential factors customer's purchasing decisions in any life assurance products at Siam City Bank PCL, Takhli Branch; and 2) compare the personal aforementioned factors when customers were classified by gender, age, educational level, marital status, number of contracts, monthly income, job, and the customer's purpose for life assurance products. This research used a sample comprising 333 customers calculated using Yamane Formula with a sampling error of 5 percent from a population of 1,958 at Siam City Bank PCL, Takhli Branch. Then stratified random sampling was used to group the sample by their occupations which were government officers, employees at private companies, business owners, farmers, and others (students, househusband, housewife, general labor, merchants) Data were collected by a questionnaire and the data gathered were analyzed by a custom program to calculate percentage, mean ( $\bar{X}$ ), standard deviation (S.D.) t-test, One-Way Analysis of Variance, F-test, and Fisher's Least Significant Difference (LSD).

The findings of the research were as follows:

1. the overall factors affecting customers' purchasing decisions were at a high level. When closely analyzing the effect of each factor and when classified by ranking from high to low level, the affects on purchasing decision making ranked as follows: services, insurance agent, compensation, premium payment rate, protection conditions, and company profile. Only profile affected at moderate level, while all the other factors affected at a high level.

2. comparison of all factors affecting purchasing decisions showed the affects when the customers were classified by gender, marital status, monthly income, job, and purpose of the products: the resulting differences were at a statistical significance level of .05. The affects among all factors, when classified by age, level of education, and number of contracts, showed no differences of statistical significance.