

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้ำธนาคารกรุงไทย  
ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา


ปณิดา วงศ์ระวีกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
เมษายน 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ปณิดา วงศ์ระวีกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณค์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณค์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบดิน)

..... กรรมการ

(ดร.นุจรี ภาคาสัตย์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน ..... พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบดินทร์ และดร.นุจรี ภาคาสิทธิ์ ที่กรุณาให้ความรู้ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขและวิจารณ์ผลงาน ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบรวมทั้งให้คำแนะนำแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังได้รับความอนุเคราะห์จากท่านผู้จัดการสาขา บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาตลาดบูรพาบางบัว สาขาบางปะกง สาขาโรงไฟฟ้าบางปะกง และสาขา เทศโก้โลตัสบางปะกง ตลอดจนเพื่อนพนักงานและลูกค้า ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อมานัส คุณแม่ปนัดดา นพคุณ และญาติพี่น้องทุกคนที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูตเวทิตาแด่บูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ปณิดา วงศ์ระวีกุล

57710398: สาขาวิชา: การจัดการสาธารณะ; บธ.ม. (การจัดการสาธารณะ)

คำสำคัญ: ปัจจัย/ การตัดสินใจ/ การออมในรูปแบบประกัน

ปณิดา วงศ์ระวีกุล: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (FACTORS AFFECTING DECISION MAKING TO SAVING AS INSURANCE OF CUSTOMERS OF KRUNGTHAI BANKS IN BANGPAKONG DISTRICT, CHACHOENGSAO PROVINCE).

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ชนิศรา แก้วสวรรค์, ปร.ด. 78 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อการออมในรูปแบบประกันที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า ธนาคารกรุงไทยใน อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นลูกค้าธนาคารกรุงไทยที่มีการออมในรูปแบบประกัน ในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งหมด 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ซึ่งมีการทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ Pearson Chi-square

ผลการวิจัยในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ในส่วนสาเหตุในการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านการออมมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการลงทุน ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง ผลการทดสอบสมมติฐาน ในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทางตรงข้าม เพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนปัจจัยในการออมรูปแบบประกัน พบว่า ปัจจัยด้านการลงทุน ปัจจัยด้านการออม ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง และปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และในทางตรงข้าม ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

57710398: MAJOR: PUBLIC MANAGEMENT; M.B.A. (PUBLIC MANAGEMENT)

KEYWORDS: FACTORS/ DECISION MAKING/ SAVING AS INSURANCE

PANIDA WONGRAWEEKUL: FACTORS AFFECTING DECISION MAKING TO SAVING AS INSURANCE OF CUSTOMERS OF KRUNGTHAI BANKS IN BANGPAKONG DISTRICT, CHACHOENSAO PROVINCE. THESIS ADVISOR: CHANISARA KAEOSAWAN, PH.D., 61 P. 2017.

This study attempts to study personal factors of customers classifying by gender, age, marital status, education, occupation, and average income contributing to choosing decision of insurance types of customers as well as to study factors affecting saving in insurance form related to choosing decision of customers of Krungthai banks in Bangpakong District, Chachoensao Province. The data were collected from questionnaire which is an instrument in this study. The subjects were 400 customers of Krungthai banks in Bangpakong District, Chachoensao Province who saves their money in insurance format. The statistics applied in this study were descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation as well as inferential statistics to test the relationship among two groups of subjects using Pearson Chi-Square.

The findings on personal factors reveal that the majority of respondents were females, were in the age of 20-30, were married, obtained bachelor degree, have worked private company with a monthly income of 20,001-30,000 baht. The study on reasons to make a saving in insurance format indicates that saving factor was the factor that respondent emphasized. Then, the lower ranks went to investment factor, benefits from tax factors, life security establishment factors. Factor that respondents to the questionnaire focused the least was protecting factor. It was found from testing hypothesis that for personal factors, marital status, education and monthly income were related to choosing decision of the types of life insurance at statistically significant level of 0.05. On the contrary, gender, age, and occupation did not have a relationship with choosing decision of the types of life insurance at statistically significant level of 0.05. The study on saving in insurance format factors reveals that investment factor, saving factor, protection factor, establishing life security factors have related to choosing decision of the types of life insurance at statistically significant level of 0.05. On the other hand, tax benefits did not related to choosing decision of the types of life insurance at statistically significant level of 0.05.

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
สมมติฐานของการวิจัย .....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประกันชีวิต .....	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออม .....	12
แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์ .....	17
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ .....	19
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง .....	26
วิธีการสุ่มตัวอย่าง .....	26
ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	27

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย .....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	29
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	29
4 ผลการวิจัย .....	31
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการออกรูปแบบประกันชีวิต .....	36
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต .....	41
ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน .....	43
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	56
สรุปผลการวิจัย.....	57
อภิปรายผล .....	59
ข้อเสนอแนะ.....	62
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก .....	67
ภาคผนวก ก.....	68
ภาคผนวก ข.....	74
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	78

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 สถิติกรรมกรรมประกันชีวิตรายใหม่.....	3
4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของลูกค้า .....	31
4-2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของลูกค้า .....	32
4-3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพของลูกค้า.....	32
4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาของลูกค้า.....	33
4-5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของลูกค้า.....	33
4-6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของลูกค้า.....	34
4-7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนกรรมกรรมที่ลูกค้า ถือครอง.....	35
4-8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ ตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต.....	36
4-9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบกรรมกรรม ประกันชีวิต .....	36
4-10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการชำระ เบี้ยประกัน.....	37
4-11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนประกันชีวิตในกรรมกรรม... ..	38
4-12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเบี้ยประกันภัยต่อปี .....	38
4-13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระเบี้ยประกันชีวิต .....	39
4-14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการคุ้มครองชีวิต. ....	39
4-15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต .....	40
4-16 ปัจจัยในการตัดสินใจออมรูปแบบประกันชีวิต .....	41
4-17 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรม ประกันชีวิต .....	44
4-18 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรม ประกันชีวิต .....	45



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-19 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมธรรม์ ประกันชีวิต .....	46
4-20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของ กรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	47
4-21 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมธรรม์ ประกันชีวิต .....	48
4-22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมธรรม์ ประกันชีวิต .....	49
4-23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการลงทุนและรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	50
4-24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการออมและรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	51
4-25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองและรูปแบบของกรรมธรรม์ ประกันชีวิต .....	52
4-26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และรูปแบบของ กรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	53
4-27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และรูปแบบของ กรรมธรรม์ประกันชีวิต .....	54
4-28 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	55

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในระบบเศรษฐกิจทั้งของภาครัฐ และเงินออมของภาคเอกชนที่เป็นภาคธุรกิจ และครัวเรือนทั้งหมด นอกจากจะมีความสำคัญต่อประชาชนในแง่ทำให้เกิดความมั่นคงในอนาคตแล้ว ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เพราะช่วยสนับสนุนการลงทุนและการผลิตของประเทศ หากประเทศมีเงินออมและเงินลงทุนค่อนข้างสมดุล การลงทุนในประเทศก็ไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากต่างประเทศมากนัก ปัจจุบันการออมในประเทศไทยอยู่ที่คนเพียงบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีฐานะ จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะสนับสนุนให้มีเงินออมในประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากค่าครองชีพในปัจจุบันได้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ประชาชนเดือดร้อนจากข้าวของแพง รวมทั้งพฤติกรรมการบริโภคทำให้ประชาชนจับจ่ายใช้สอย และเป็นหนี้สินกันมาก ผลที่เกิดขึ้นคือการออมภาคครัวเรือนลดลงตรงข้ามกับการบริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าคงทน เช่น รถยนต์ โทรศัพทมือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการเข้าถึงแหล่งเงินกู้ยืมที่สะดวกขึ้น รวมทั้งมาตรการให้เครดิตสินค้าที่ผ่อนปรน เกิดการจูงใจให้มีการซื้อสินค้าเงินผ่อนในสารพัดรูปแบบ ประกอบกับการช่วยเหลือของภาครัฐเชิงสวัสดิการ เช่น โครงการประกันสุขภาพ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น มีผลให้ครัวเรือนมองข้าม ความจำเป็นในการที่จะออมเงินไว้ใช้ยามฉุกเฉิน จากปัญหาดังกล่าว หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนได้พยายามรณรงค์ให้ประชาชน เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่ฟุ่มเฟือยมาสร้างนิสัยการใช้จ่ายอย่างประหยัดลดการบริโภคที่ไม่จำเป็นลง และเก็บออมไว้ใช้ยามเดือดร้อน หรือเหลือเก็บไว้ใช้ในอนาคต เพื่อความมั่นคงของชีวิต (สหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงการคลัง, 2555)

การประกันชีวิตถือเป็นการระดมเงินออมจากประชาชนในรูปของเบี้ยประกันชีวิต โดยนำเงินออมส่วนนี้ไปลงทุนให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด และไม่ให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุนมากนัก บริษัทประกันชีวิต เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ให้บริการให้ความคุ้มครองหรือช่วยเหลือบรรเทาความเสียหาย เป็นการรวมศูนย์ของกลุ่มคนเพื่อร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องมาจากการตาย การสูญเสียอวัยวะทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดได้ประสบภัยก็จะได้รับเงินส่วนเฉลี่ยช่วยเหลือ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว ทั้งนี้ บริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำเงินก้อน ดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ที่ได้รับภัย (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2553)

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจประกันชีวิตถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ต่อการพัฒนาประเทศชาติ และแนวโน้มของประชาชนได้ให้ความสนใจต่อการซื้อประกันชีวิตมีมากขึ้นจากในอดีต แต่ก็ยังถือว่าค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศบางประเทศที่พัฒนาแล้ว และรัฐบาลเองก็ได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมการทำประกันชีวิตมาโดยตลอด โดยออกกฎหมายให้ผู้เอาประกันที่ซื้อประกันชีวิต สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตในแต่ละปีไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลตามกฎหมาย เพราะฉะนั้นจึงแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลเห็นความสำคัญของการซื้อประกันชีวิตของประชาชน อันจะส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิต เพราะจะสร้างประโยชน์อย่างมหาศาลต่อประชาชนในชาติ และจะส่งผลประโยชน์สะท้อนกลับต่อรัฐบาล ทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเงินภาษีเงินกำไรหรือการลดภาระสวัสดิการของประชาชน รวมถึงเป็นการเพิ่มเงินลงทุนระยะยาวของประเทศชาติอีกด้วย (ชัยวัฒน์ โยมภัทรพิมพ์ และคณะ, 2551)

ตามการคาดการณ์ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง GDP ของปี พ.ศ. 2557 จะขยายตัวร้อยละ 0.7 ซึ่งชะลอตัวลงจากปี พ.ศ. 2556 สำหรับธุรกิจประกันชีวิตเมื่อปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา ถึงแม้จะประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นความไม่สงบทางการเมือง การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ช้า ส่งผลให้ภาคเอกชนมีการอัตราของการใช้จ่ายในระดับที่ต่ำ แต่ประชาชนยังคงได้ตระหนักเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการทำประกันชีวิตมากขึ้น พร้อมได้รับการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตจากภาครัฐ ทำให้ธุรกิจประกันชีวิตไทยยังคงมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง โดยเบี้ยประกันชีวิต ณ สิ้นปี พ.ศ. 2557 รวมทั้งสิ้น 503,851 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตถึงร้อยละ 13.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จำแนกเป็นเบี้ยประกันชีวิตรายใหม่ จำนวน 170,627 ล้านบาท อัตราเติบโต ร้อยละ 14.9 และเบี้ยประกันชีวิตปีต่อไป 333,224 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการคงอยู่ของกรมธรรม์ประกันชีวิตร้อยละ 86 (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2558)

ตารางที่ 1-1 สถิติกรมธรรม์ประกันชีวิตรายใหม่

(หน่วย: ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	จำนวน กรมธรรม์	เปอร์เซ็นต์	จำนวนเงินเอา ประกันภัย	เปอร์เซ็นต์	เงินเอา ประกันภัย
2553	2,704,581	1.42	1,671,367	30.93	0.62
2554	2,804,302	3.69	1,757,440	5.15	0.63
2555	3,167,220	12.94	2,490,243	41.70	0.79
2556	3,183,558	0.52	2,432,563	-2.32	0.76
2557	3,344,172	5.05	2,663,656	9.50	0.80

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย (2558)

บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำของ ไทย ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2540 ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่าง ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็น ธนาคารพาณิชย์ชั้นนำที่มีรัฐบาลไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และเป็นหนึ่งในธนาคารที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยด้วยสถานะทางการเงินที่มั่นคง พร้อมด้วยผลิตภัณฑ์ และการบริการที่หลากหลาย และกลุ่มแอกซ่า กลุ่มธุรกิจประกันชีวิต สุขภาพ และบริหารสินทรัพย์ขนาดใหญ่ ส่งผลให้ กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต เป็นบริษัทประกันชีวิตที่มีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง และมีความเชี่ยวชาญในด้านการรับประกันชีวิต ผลการดำเนินงานในรอบ 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2558 บริษัท มีเบี้ยรับปีแรกอยู่ที่ 7,495 ล้านบาท ขณะที่เบี้ยประกันรับรวมอยู่ที่ 27,736 ล้านบาท อัตราการบริหารค่าใช้จ่ายอยู่ที่ระดับดีเยี่ยมที่ร้อยละ 5.6 ซึ่งเป็นผลมาจากการบริหารค่าใช้จ่ายที่ดี และมีการควบคุมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ สินทรัพย์ภายใต้การบริหารงานเติบโตขึ้น โดยสัดส่วนการลงทุนยังรักษาระดับในอัตราคงที่ แบ่งเป็นการลงทุนในหุ้นร้อยละ 8 พันธบัตรรัฐบาล ร้อยละ 84 ตราสารการเงินระยะสั้นและเงินสดอยู่ที่ร้อยละ 2 การลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ อีกร้อยละ 6 (ซา โตรี นากา โน, 2558)

เมื่อการออมในรูปแบบประกันชีวิตมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและต่อประชาชนมาก ประชาชนจึงจำเป็นต้องมีการตัดสินใจว่าจะทำประกันชีวิตในรูปแบบใด ดังนั้น การตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการออมในรูปแบบประกันชีวิต เพื่อจะได้นำ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการดำเนินธุรกิจทางด้านการประกันชีวิตโดยสนใจปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนและเป็นแนวทางในการเพิ่มบทบาทของหน่วยงาน รวมถึงองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การประกันชีวิตในด้านการเป็นผู้ส่งเสริมให้ประชาชนภายในประเทศมีสวัสดิการและคุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้ประชาชนรู้จักการออมเงินและใช้เงินให้เกิดประโยชน์

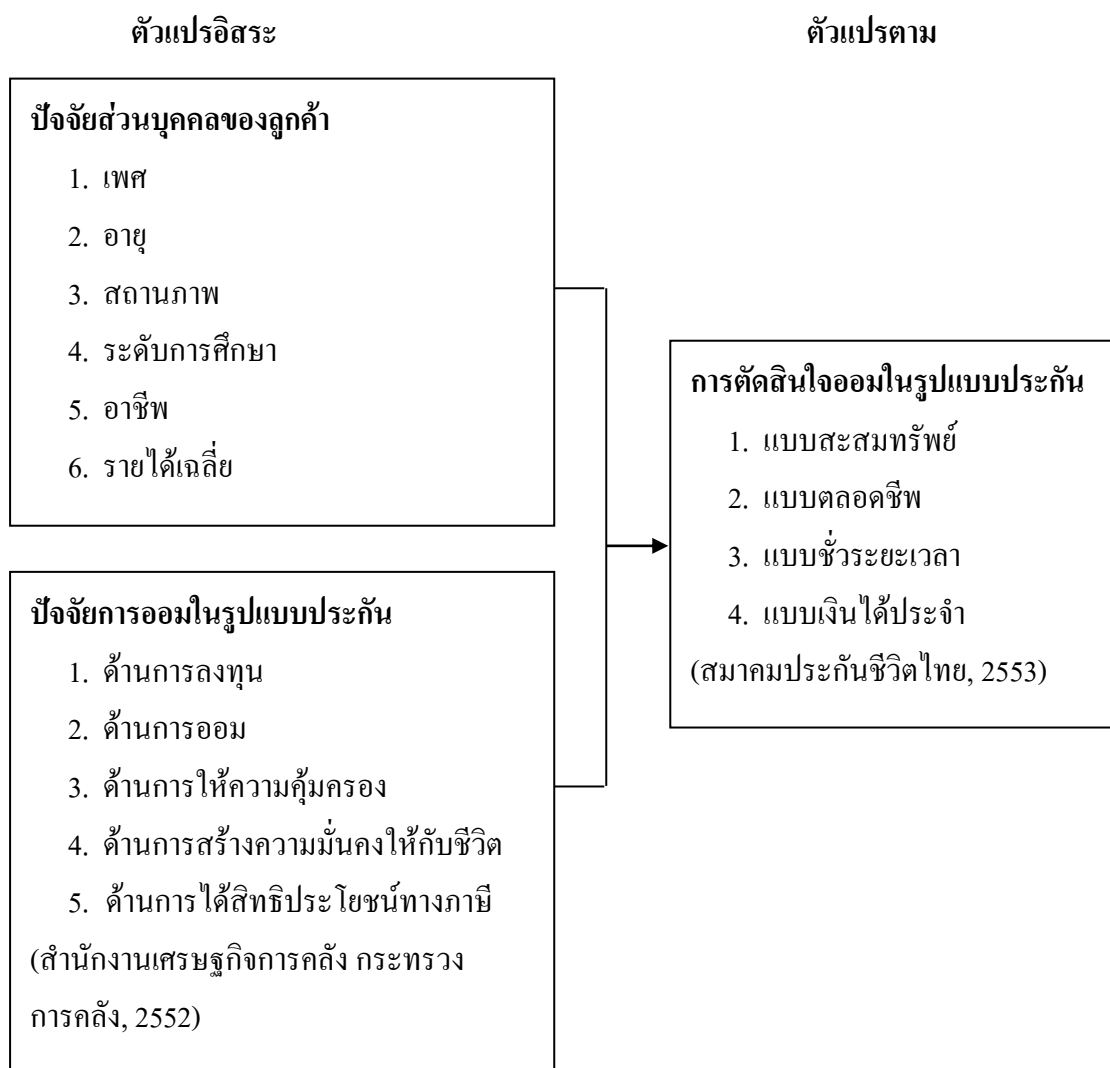
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมในรูปแบบประกันที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า ธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านการออม ด้านการให้ความคุ้มครอง ด้านการสร้าง ความมั่นคงให้กับชีวิต และด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการออมในรูปแบบประกันที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า ธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า ธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหา 2 ด้าน คือ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และ วัตถุประสงค์ของการออมในรูปแบบประกัน
2. ประชากรที่ศึกษา ทำการศึกษาเฉพาะข้อมูลการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าธนาคารกรุงไทยที่มีการออมในรูปแบบประกัน ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาในช่วงเวลา ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ถึง 30 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**การประกันชีวิต** หมายถึง วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัย อันเนื่องมาจากการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบภัยเหล่านั้น จะได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการนำเงินดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย

**การออมในรูปแบบประกันชีวิต** หมายถึง การแบ่งเงินส่วนหนึ่งจากรายได้ที่หักจากค่าใช้จ่ายแล้ว มาลงทุนในรูปแบบของการทำประกันชีวิต

**การตัดสินใจ** หมายถึง กระบวนการทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือก ที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

**ปัจจัย** หมายถึง เหตุหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

**ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า** หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

**กรรมกรรม** หมายถึง เอกสารสัญญาประกันภัยที่ทางบริษัทประกันภัยจะมอบให้แก่ผู้เอาประกัน เปรียบเสมือนเครื่องยืนยัน ที่จะได้รับ ความคุ้มครองจากบริษัทประกัน กรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้น

**แบบประกัน** หมายถึง ประกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สะสมทรัพย์ ตลอดชีพ ชั่วระยะเวลา เงินได้ประจำ

**แบบประกันแบบสะสมทรัพย์** หมายถึง การประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงภายในระยะเวลาประกันภัย



**แบบประกันแบบตลอดชีพ** หมายถึง การประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์

**แบบประกันแบบชั่วระยะเวลา** หมายถึง การประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาประกันภัย วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิตก่อนวัยอันสมควร

**แบบประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ** หมายถึง การประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือน นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือปีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้นไป แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ที่กำหนดไว้

**ผู้เอาประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งเบี้ยประกันภัย หรือบุคคลที่ระบุชื่อไว้ในสัญญาประกันภัย

**ผู้รับประกันภัย หรือบริษัทประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้

**เบี้ยประกันภัย** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายให้กับบริษัทเพื่อซื้อความคุ้มครองที่จะได้รับจากการประกันชีวิต

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้าธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประกันชีวิต
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออม
3. แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประกันชีวิต

#### ความหมายของการประกันภัย

การประกันภัย เป็นการตกลงกันของบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้รับประกันภัย (บริษัท) กับ ผู้เอาประกันภัย (ลูกค้า) ในรูปแบบของสัญญาที่เรียกว่า “สัญญาประกันภัย” หรือ “สัญญาประกันชีวิต” ซึ่งสัญญานี้จะเริ่มมีผลบังคับ นับตั้งแต่วันที่มีการตกลงรับประกันเกิดขึ้น และหลังจากที่ผู้รับประกันภัยได้ตอบตกลงรับประกันภัยแล้ว ก็จะออกเอกสารแสดงข้อตกลงของสัญญาให้แก่ผู้เอาประกันภัย (ลูกค้า) ไว้เป็นหลักฐาน โดยเอกสารนี้จะต้องมีเนื้อความที่มีการตกลงทำสัญญากันไว้ เราเรียกเอกสารนี้ว่า “กรมธรรม์ประกันภัย” (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2553)

Frederick (1984) ได้ให้ความหมายของการประกันภัย หมายถึง การจัดการของความเสียหายโดยการรวบรวมความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งหลาย โดยค่าของความสูญเสียนั้นจะถูกเฉลี่ยกัน ไปให้ระหว่างผู้เข้าร่วมความเสียหายทั้งหมด

สัญญาประกันภัยนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะชดเชยค่าสินไหมทดแทน หรือเงินจำนวนหนึ่งให้ในกรณีวินาศภัยหากมีขึ้น หรือเหตุอย่างอื่นในอนาคตดังได้ระบุไว้ในสัญญา และในการนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่า เบี้ยประกันภัยให้ (ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 861)

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประกันภัย หมายถึง การบริหารความเสี่ยงวิธีหนึ่งซึ่งเป็นการโอนความเสี่ยงภัยจากผู้เอาประกันภัยไปสู่บริษัทผู้รับประกันภัย โดยทำสัญญาความคุ้มครองในกรมธรรม์ประกันภัย และผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยให้กับบริษัทผู้รับประกันภัย เมื่อเกิดความเสียหายผู้รับประกันภัยจะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามที่ได้ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2557) ระบุประเภทของการประกันชีวิตมี 3 ประเภท คือ

#### 1. การประกันชีวิตประเภทสามัญ (Ordinary life insurance)

มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิตได้ที่เกิดจากที่ผู้เอาประกันเสียชีวิตไป หรือเป็นการออมทรัพย์สำหรับผู้เอาประกันตามระยะเวลาที่ต้องการ มีลักษณะเป็นการประกันชีวิตรายบุคคล โดยที่แต่ละกรมธรรม์มีจำนวนเงินเอาประกันชีวิตสูงพอสมควร และมีการจ่ายเบี้ยประกันเป็นรายปี รายครึ่งปี รายสามเดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับผู้เอาประกัน

#### 2. การประกันชีวิตแบบอุตสาหกรรม (Industrial life insurance)

เป็นการประกันชีวิตเพื่อช่วยเหลือเงินจืดครอบครัวของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมหรือครอบครัวชนชั้นกรรมกรซึ่งมีรายได้น้อย ไม่สามารถจ่ายเบี้ยประกันแบบสามัญได้ จำนวนเงินเอาประกันแต่ละรายมีจำนวนไม่สูงมากนัก แต่ลักษณะของความคุ้มครองเป็นเช่นเดียวกับการประกันแบบสามัญ ในการจ่ายเบี้ยประกันผู้เอาประกันสามารถเลือกจ่ายเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือนก็ได้ การประกันชีวิตแบบนี้มักจะไม่มี การตรวจสุขภาพ ทั้งนี้เนื่องจากอัตราค่าเบี้ยประกันค่อนข้างต่ำ อาจทำให้บริษัทผู้รับประกัน ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปเพื่อการนี้

#### 3. การประกันชีวิตกลุ่มหรือการประกันชีวิตหมู่ (Group life insurance)

เป็นการประกันชีวิตของบุคคลหลาย ๆ บุคคลภายใต้กรมธรรม์ประกันชีวิตฉบับเดียว ส่วนมากจะเป็นพนักงานของบริษัท หรือโรงงานอุตสาหกรรมเดียวกัน ที่นายจ้างได้ทำขึ้นเพื่อเป็นสวัสดิการแก่ลูกจ้าง โดยมีเงื่อนไขที่จะจ่ายให้กับผู้รับประโยชน์ตามจำนวนเงินเอาประกันที่ได้ระบุไว้โดยนายจ้างเป็นผู้จ่ายเบี้ยประกันชีวิต หรือนายจ้างและลูกจ้างร่วมกันจ่ายเบี้ยประกันชีวิต ผู้รับประโยชน์จะต้องเป็นคนที่ผู้เอาประกันระบุไว้ในกรมธรรม์ แต่จะต้องไม่ใช่ นายจ้าง จุดมุ่งหมายของการทำประกันชีวิตแบบนี้ก็เพื่อคุ้มครองลูกจ้างในองค์กรที่ได้รับบาดเจ็บ ทูพพลภาพ หรือสูญเสียชีวิตลง ไม่ว่าจะเนื่องจากการปฏิบัติงานในหน้าที่หรือไม่ก็ตาม การประกันในลักษณะนี้ โดยทั่วไปไม่มีการตรวจสุขภาพ

สมาคมประกันชีวิตไทย (2553) ระบุ ชนิดของกรมธรรม์ประกันชีวิต ว่ามี 2 ชนิด คือ

#### 1. ชนิดมีเงินปันผล (Participating policy)

เป็นการเอาประกันชีวิตที่มีลักษณะเหมือนกับการถือหุ้นของบริษัทประกันชีวิต อัตราเบี้ยเป็นการเอาประกันจะสูงกว่าแบบไม่มีเงินปันผล เนื่องจากมีการบวกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและกำไรของบริษัท หรือส่วนบวกเพิ่มในเบี้ยประกันภัยสุทธิ โดยผู้เอาประกันชีวิตจะขอรับเงินปันผลได้ 4 วิธี คือ ขอรับเป็นเงินสด ชำระเป็นเบี้ยประกันชีวิต ผากสะสมไว้กับบริษัท และซื้อวงเงินประกันภัยเพิ่ม

## 2. ชนิดไม่มีเงินปันผล (Non participating policy)

เป็นการเอาประกันชีวิตทั่วไป อัตราเบี้ยประกันจะต่ำกว่าแบบมีเงินปันผล ประกันไม่ได้รับส่วนแบ่งจากผลกำไรของบริษัท

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2557) ระบุว่าแบบประกันชีวิตมี 4 แบบ คือ

1. แบบตลอดชีพ เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้รับประโยชน์ วัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิตแบบตลอดชีพก็คือ เพื่อที่ลูกหลาน หรือผู้รับผลประโยชน์จะได้มีเงินทุนในภายภาคหน้า รวมทั้งจะได้มีเงินมารักษาการเจ็บป่วย และจ่ายค่าทำศพของผู้เอาประกันหลังจากเสียชีวิตไปแล้ว โดยจะได้ไม่ต้องเป็นภาระของผู้อื่น

2. แบบสะสมทรัพย์ เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัย เมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงภายในระยะเวลาประกันภัย การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นการรวมกันของการคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์ ในส่วนของการออมทรัพย์นั้น เป็นส่วนที่ผู้เอาประกันภัยจะได้รับคืนเมื่อมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญา

3. แบบชั่วระยะเวลา เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกัน จะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาประกันภัย มีระยะเวลาคุ้มครองที่แน่นอน เช่น 5 ปี 10 ปี 15 ปี หรือ 20 ปี วัตถุประสงค์ก็เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร การประกันชีวิตแบบนี้ไม่มีส่วนของการออมทรัพย์มาเกี่ยวข้อง เบี้ยประกันภัยจึงต่ำกว่าแบบอื่น ๆ เหมาะสำหรับบุคคลที่มีรายได้น้อย ที่ต้องการความคุ้มครองสูง

4. แบบเงินได้ประจำ (แบบบำนาญ) เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอ ให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือน นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุหรือมีอายุครบ 55 ปี 60 ปี หรือ 65 ปี แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ที่กำหนดไว้

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง (2552) ระบุ วัตถุประสงค์ในการออกแบบประกัน ว่ามีดังต่อไปนี้

#### 1. ด้านการลงทุน

ประกันชีวิตเปรียบเสมือนหลักทรัพย์ชนิดหนึ่ง เนื่องจากผู้ทำประกันจะได้รับดอกเบี้ย เช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงินทั่วไป ในส่วนที่แตกต่างกันคือ ประกันชีวิตจะมีระเบียบวิธีการ เงื่อนไข ระยะเวลา และอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน การประกันชีวิตนั้นแม้ได้ผลตอบแทนต่ำกว่าการลงทุนบางประเภท แต่ก็นับว่าเป็นรายได้ที่แน่นอน มีความเสี่ยงต่ำและเชื่อมั่นได้ว่า ต้นทุนไม่สูญหายไปด้วย

#### 2. ด้านการออม

ลักษณะการออมของการทำประกันภัยนั้น จะเป็นในลักษณะแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันจะต้องมีหน้าที่ในการจ่ายเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ และหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิต และเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์กำหนดไว้ ก็จะได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย นับได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้จ่ายยามชราก็ได้ หรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างค่านิยมให้คนรู้จักประหยัด และมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวอีกด้วย

#### 3. ด้านการให้ความคุ้มครอง

การทำประกันชีวิตจะช่วยบรรเทา ความเดือดร้อนเรื่องการเงิน รวมทั้งเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของครอบครัว อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในครอบครัวนั้น เพื่อให้ไม่ให้เป็นภาระแก่ลูกหลาน

#### 4. ด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต

การประกันชีวิตสามารถช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้แก่ผู้เอาประกันได้ ในกรณีการทำประกันสุขภาพการเจ็บไข้ได้ป่วย หรือการประกันอุบัติเหตุที่ไม่คาดคิด ผู้เอาประกันจะได้รับเงินทดแทนเพื่อใช้ในการเลี้ยงชีพตน ในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงได้ ในกรณีการทำประกันชีวิตเพื่อเลี้ยงชีพยามชรา ผู้เอาประกันก็สามารถมีรายได้เพื่อเลี้ยงชีพ ไปจนตลอดชีวิตเช่นกัน

#### 5. ด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

เนื่องจากรัฐบาลได้ให้ การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ที่ทำประกันชีวิตก็สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตของบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ไปใช้เป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 100,000 บาท ทั้งนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น เพื่อความมั่นคงในชีวิตของประชาชนทั่วไป

## แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2557) ได้ให้ความหมายและความสำคัญของการออม ไว้ดังนี้

การออม หมายถึง การแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ การออมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียด้านต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์ โดยสัดส่วนที่เหมาะสมในการออม คือ ควรออมเงินประมาณ 1 ใน 4 ของรายได้แต่ละเดือน แต่อัตราส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้

### ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการออม

เมื่อเริ่มออมเงินแล้ว สิ่งที่จะต้องพิจารณา คือ ต้องเก็บเงินออมนั้นไว้อย่างไร หากจะเก็บเป็นเงินสดไว้กับตัว แม้จะนำมาใช้จ่ายได้ง่าย แต่ก็เสี่ยงต่อการสูญหายและไม่มีผลตอบแทนที่จะทำให้ออมงอกเงยได้ ทางเลือกจึงอาจเป็นการมองหาผลิตภัณฑ์เพื่อการออมหลากหลายรูปแบบที่ออกโดยสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น

1. บัญชีเงินฝาก
2. ผลิตภัณฑ์คล้ายเงินฝาก

ซึ่งการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออมให้เหมาะสมกับความต้องการและวัตถุประสงค์ในการออมนั้น สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยต่อไปนี้

#### 1. ผลตอบแทน

ผลตอบแทนจากการออม คือ ดอกเบี้ย ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการออม เพราะยิ่งอัตราผลตอบแทนสูงเท่าไร เงินออมก็จะยิ่งงอกเงยรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

#### 2. อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าของเงิน ราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือเงินเฟ้อ ทำให้เงินมีมูลค่า หรืออำนาจซื้อลดลงเมื่อเวลาผ่านไป ดังนั้นดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับนั้นจึงยังไม่ใช่ผลตอบแทนที่แท้จริง ต้องมีการหักผลกระทบจากเงินเฟ้อออกก่อน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เงินที่งอกเงยขึ้นไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ในกรณีนี้ผู้ฝากอาจนำเงินจำนวนนี้ไปลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงกว่า โดยสามารถศึกษาเรื่องการลงทุนเพิ่มเติมที่ การลงทุน

#### 3. ระยะเวลาในการออม

เพราะการออมมีผลตอบแทน ดังนั้นยิ่งเริ่มต้นออมเร็วเท่าไร เงินก็จะยิ่งงอกเงยมากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่น่าเงินไปฝากแบบมีการคิดดอกเบี้ยทบต้น ดอกเบี้ยที่ได้จะ

ถูกทบเข้ากับเงินต้นเดิม และกลายเป็นเงินต้นของงวดถัดไปเรื่อย ๆ ทำให้เงินงอกเงยได้เร็วยิ่งขึ้น

#### 4. สภาพคล่องทางการเงินของผลิตภัณฑ์

สภาพคล่องทางการเงิน คือ ความยากง่ายในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่มีเป็นเงินสด สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง จะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว เช่น เงินฝากธนาคาร ส่วนสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ จะต้องใช้เวลานานในการขายหรือเปลี่ยนให้เป็นเงินสด เช่น รถที่คืน หรือสิ่งของสะสม

ผลิตภัณฑ์เพื่อการออมแต่ละประเภทก็มีสภาพคล่องที่ต่างกัน เช่น การฝากออมทรัพย์จะมีสภาพคล่องสูง สามารถฝาก ถอนเงินสดได้ตลอดเวลา แต่ก็ได้รับผลตอบแทนเป็นอัตราดอกเบี้ยต่ำ ในขณะที่การฝากประจำแม้จะมีผลตอบแทนสูงกว่า แต่ก็อาจเรียกได้ว่ามีสภาพคล่องต่ำกว่า เนื่องจากหากถอนเงินออกจากบัญชีก่อนครบกำหนดเวลา ก็มักจะได้รับดอกเบี้ยต่ำกว่าที่ประกาศไว้ ดังนั้น จึงควรจัดสรรเงินออมให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้จ่ายและความจำเป็นทางการเงิน เพื่อป้องกันปัญหาขาดสภาพคล่องทำให้ต้องถอนเงินก่อนกำหนด หรือต้องกู้ยืมเงินมาใช้โดยไม่จำเป็น โดยสิ่งที่จะช่วยได้ ก็คือการวางแผนการเงิน และการทำบัญชีรายรับรายจ่าย ซึ่งนอกจากจะทำให้เรารู้ว่าต้องมีเงินที่มีสภาพคล่องสูง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายประจำแต่ละเดือน และเงินที่สำรองไว้สำหรับกรณีฉุกเฉินเป็นจำนวนเท่าใดเพื่อฝากเงิน 2 ส่วนนี้ไว้ในบัญชีออมทรัพย์แล้ว ยังสามารถนำเงินส่วนที่เหลือมาออมด้วยการฝากประจำหรือนำไปลงทุนซึ่งได้ผลตอบแทนที่สูงกว่าเพื่อให้เงินงอกเงยมากขึ้นด้วย

#### 5. อัตราค่าธรรมเนียมและข้อกำหนดต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์เพื่อการออมแต่ละประเภทจะมีข้อกำหนดและอัตราค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน เช่น เงินฝากบางประเภทอาจมีข้อกำหนดว่าหากถอนเงินเกินจำนวนครั้งสูงสุดที่กำหนดก็จะต้องเสียค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเพิ่ม รวมทั้งอาจมีค่าธรรมเนียมกรณีบัญชีไม่เคลื่อนไหว ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจควรศึกษาข้อมูลรายละเอียดให้เข้าใจอย่างใจถ่องแท้ โดยสามารถสอบถามข้อมูลจากสถาบันการเงินนั้น ๆ รวมถึงพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตและการใช้บริการทางการเงินของเราหรือไม่

#### 6. ภาษี หัก ณ ที่จ่าย

โดยทั่วไปผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากจะถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายร้อยละ 15 แต่ก็ได้รับผลตอบแทนการออมบางประเภทที่ได้รับยกเว้นภาษี เช่น ดอกเบี้ยจากเงินฝากออมทรัพย์ส่วนที่ไม่เกิน 20,000 บาท ดอกเบี้ยจากสลากออมทรัพย์ ดอกเบี้ยจากเงินฝากประจำรายเดือน ตั้งแต่ 24 เดือนขึ้นไป

บุญรุ่ง จันทน์นาค (2554) กล่าวว่า เงินออม หมายถึง ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ หรือที่กันเอาไว้ไม่นำมาใช้จ่ายในการบริโภคและอุปโภค โดยมีจุดประสงค์เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในอนาคต เช่น ในยามป่วยไข้ เมื่อแก่ชราหรือลงทุน เป็นต้น ถ้าเก็บไว้กับตัวเอง เงินจำนวนนี้จะไม่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ จนกว่าจะได้มีการนำมาใช้จ่ายเกิดขึ้น การเก็บเงินในลักษณะนี้ เรียกว่า Hoarding เงินออมไม่จำเป็นต้องถูกเก็บไว้เฉย ๆ ในรูป Hoarding เสมอไป เพราะนอกจากจะไม่ให้ประโยชน์นอกเลยแล้วยังอาจจะขาดทุนอีกด้วย ในภาวะเงินเฟ้อ เงินที่เก็บอยู่เฉย ๆ จะมีค่าลดน้อยลงไปทุกที เมื่อราคาของสินค้าและบริการสูงอยู่ตลอดเวลา อำนาจของเงินจะลดลงเรื่อย ๆ เป็นอัตราส่วนกลับกับอัตราเงินเฟ้อ คนในสมัยนี้ เมื่อรายได้มากกว่ารายจ่ายและมีเงินออมจึงไม่นิยมเก็บใส่ไหฝังดินไว้ หรือเก็บใส่ไว้ใต้หมอนอีกต่อไป แต่หาทางทำให้เงินออมนั้นเกิดประโยชน์ อาจจะช่วยการนำไปฝากไว้กับสถาบันการเงิน ผู้ฝากเงินจะได้รับผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยและสถาบันการเงินที่รับฝากเงินจะนำเงินนั้น ไปให้ผู้ลงทุนหรือผู้บริโภคต่อไป บางครั้งจึงเรียกการนำเงินออมไปฝากสถาบันการเงินว่า เป็นการลงทุนทางอ้อม ในบางกรณีผู้ที่มีเงินออมอาจจะทำการลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจเองก็ได้ ในกรณีนี้ถือเป็นการลงทุนทางตรง

#### สถาบันการเงินเพื่อการออม

สถาบันการเงิน หมายถึง สถาบันที่ทำธุรกิจในรูปแบบของการกู้ยืมและให้กู้ยืม หรือเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้กู้และผู้ขอกู้ โดยอาศัยเครื่องมือหรือตราสารทางการเงิน และรับภาระการเสี่ยงจากการให้กู้ยืมแทน ส่วนรายได้จากสถาบันการเงินมาจากความแตกต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากผู้ขอกู้ และอัตราดอกเบี้ยซึ่งต้องจ่ายให้แก่ผู้ให้กู้ สถาบันการเงินสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. สถาบันการเงินในระบบ เป็นสถาบันการเงินที่ถูกตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยมีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับควบคุมการดำเนินงานของสถาบันการเงินในแต่ละประเภท
2. สถาบันการเงินนอกระบบ เป็นสถาบันการเงินที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ไม่มีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับควบคุมการดำเนินงาน เช่น การกู้ยืมกันโดยตรง การเล่นแชร์ สินเชื่อทางการค้า การซื้อขายลดเช็ค เป็นต้น สถาบันการเงินนอกระบบมีลักษณะที่แตกต่างกันไปหลายรูปแบบและยากต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในทางข้อเท็จจริงแล้วอาจไม่เรียกว่าเป็นสถาบันการเงินก็ได้ เพราะกฎหมายมิได้รับรอง

#### สถาบันการเงินจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทของสถาบันการเงินที่พิจารณาตามอายุของหลักทรัพย์ที่สถาบันการเงินนั้นได้ออกหรือทำการซื้อขาย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ



1.1 สถาบันการเงินในตลาดเงิน เป็นสถาบันการเงินที่ออกหลักทรัพย์และซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีอายุครบกำหนดไม่เกิน 1 ปี ซึ่งเป็นการให้กู้ยืมเงินในระยะสั้น ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และบริษัทเงินทุนบางบริษัทที่ออกตั๋วสัญญาใช้เงินอายุครบกำหนดไม่เกิน 1 ปี หรือบริษัทเงินทุนบางบริษัทที่รับซื้อลดตราสารพาณิชย์หรือตราสารทางการเงินอื่น ๆ ที่มีอายุครบกำหนดไม่เกิน 1 ปี เช่น ตราสารพาณิชย์และตราสารของบริษัทเงินทุน การกู้เงิน โดยการเบิกบัญชี บัตรเงินฝาก และตัวเงินคลัง

1.2 สถาบันการเงินในตลาดหุ้น เป็นสถาบันที่ออกหลักทรัพย์และการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีอายุกำหนดมากกว่า 1 ปี ซึ่งเป็นการให้กู้ยืมในระยะยาว โดยใช้เครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ เช่น พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ ตั๋วสัญญาใช้เงินที่มีอายุครบกำหนดเกิน 1 ปี เป็นต้น

2. ประเภทของสถาบันการเงินที่พิจารณาตามหน้าที่และลักษณะการดำเนินงานหลักของสถาบันการเงินภายใต้กรอบของกฎหมาย แบ่งเป็น 4 ประเภท

2.1 สถาบันการเงินเกี่ยวกับการรับฝากเงิน เป็นสถาบันที่ทำหน้าที่หลักในการระดมทุนส่วนใหญ่ โดยวิธีการรับฝากเงินจากประชาชนประเภทต่าง ๆ เช่น เงินฝากเพื่อเรียก เงินฝากสะสมทรัพย์ และเงินฝากประจำ เงินทุนที่ระดมได้อาจจะนำไปใช้ลงทุนหรือให้กู้ยืมในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดให้หรืออาจจะเป็นการให้กู้เพื่อการลงทุนในธุรกิจ ให้กู้เพื่อการบริโภคเพื่อการเคหะ หรืออาจนำไปลงทุนในหลักทรัพย์อื่น ๆ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สหกรณ์ออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

2.2 สถาบันการเงินที่มีสัญญาผูกพันกับแหล่งเงินทุน เป็นสถาบันที่สร้างเครื่องมือทางเครดิตที่มีลักษณะเป็นสัญญาผูกพันกับเจ้าของเงินทุนหรือผู้ออม เช่น บริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันภัยอื่น ๆ กองทุนบำนาญ กองทุนสะสม เงินทุนที่ระดมได้จะนำไปให้กู้หรือนำไปลงทุนในโครงการต่าง ๆ ที่มีระยะเวลายาวเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงขึ้น

2.3 สถาบันการเงินที่ระดมทุนโดยการออกเครื่องมือทางการเงิน เช่น การออกหุ้นกู้ ตั๋วสัญญาใช้เงิน หรือตราสารที่มีลักษณะเดียวกัน เพื่อให้ประชาชนได้นำเงินมาซื้อเครื่องมือดังกล่าวเพื่อการออมทรัพย์ ได้แก่ บริษัทเงินทุนต่าง ๆ บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ กองทุนรวม โดยสถาบันการเงินเหล่านี้จะนำเงินไปให้กู้ยืมเพื่อการบริโภค การผลิต และนำไปลงทุนในหลักทรัพย์อื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

2.4 สถาบันการเงินที่มีหน้าที่หลักในการให้กู้ เป็นสถาบันที่ให้กู้ยืมโดยใช้เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการเงินลงทุนของเจ้าของ จากการขายหุ้น และจากการกู้ยืมทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ได้แก่ บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โรงรับจํานําสถาบันการเงินในประเทศไทย

1. ธนาคารพาณิชย์
2. บริษัทเงินทุน
3. บริษัทเครดิตฟองซิเออร์
4. ธนาคารออมสิน
5. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
6. ธนาคารอาคารสงเคราะห์
7. บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
8. บริษัทธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม
9. สหกรณ์การเกษตร
10. สหกรณ์ออมทรัพย์
11. บริษัทประกันภัย
12. ไร่รับจำนำ

ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีเจ้าหน้าที่จัดการดูแลระบบการเงินของประเทศไทยให้มีความมั่นคง

สถาบันการเงินเป็นองค์กรที่ทำทางด้านการเงินโดยส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางการระดมเงินออมจากกลุ่มหนึ่งแล้วมาปล่อยกู้ให้แก่คนอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อการบริโภค การลงทุน หรือประกอบการธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างสถาบันการเงินเหล่านี้มีหลายประเภท ทั้งที่เป็นสถาบันการเงินประเภทธนาคารและสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การออม หมายถึง รายได้ที่เก็บไว้หลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว โดยไม่นำออกมาใช้สอย และเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามจำเป็นหรือฉุกเฉิน

#### **ทฤษฎีการออมกับกระแสรายได้และรายจ่าย**

วรินทร์ จิรภาส โภคิน (2557) การออม คือการออมทรัพย์ ซึ่งการออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์กับรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง และสัมพันธ์กับการบริโภคของครัวเรือนเป็นอย่างมาก เนื่องจาก หลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้ว เมื่อนำไปหักภาษีออกรายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยได้จริง ครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสม เรียกการออมเงิน หากพิจารณาจะพบว่า การออมเปรียบเป็นส่วนรั่วของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้หรือกระแสเงินเข้าในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสเงินออกในช่วงเวลานั้น เนื่องจากมีเงินบางส่วนถูกเก็บออมไว้ไม่ได้ใช้จ่ายออกไป ทั้งนี้ สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง ค่าใช้จ่าย และปริมาณ

การออมได้ ดังนี้

$$Y = C + S$$

Y คือ รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

S คือ ปริมาณการออม

### แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์

Belch and Belch (2005 อ้างถึงใน อัจฉรา นพวิญญวงษ์, 2550) ในงานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ พฤติกรรมการตัดสินใจ และอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมาก เพราะเพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่แตกต่างกันอย่างมาก โดยส่วนใหญ่เด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสถียรและเป็นผู้ตามหรือเป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทยเพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

3. สถานภาพการสมรส (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญ ของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรม

การซื้อที่แตกต่างกัน เช่นผู้ที่หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย จะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหรา ทันสมัยมีเอกลักษณ์

4. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็น ปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อ สินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้าง ภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ (Income) หรือสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานการณ์เหล่านี้ ประกอบด้วย รายได้ การออม อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาด ต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มี รายได้ต่ำ จะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูง จะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก การศึกษาอาชีพและรายได้นั้นมีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิง เหตุและผล เช่นบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 41 อ้างถึงใน กัลยา กมลรัตน์, 2553, หน้า 25) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิด และความรู้สึกของกลุ่ม เป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่า ตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก ก็มักจะ

สังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) เป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาด โดยจะให้ความสนใจกับจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้นๆ เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, education and occupation) ซึ่งนับเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูง แต่คนที่มียาได้ปานกลางถึงต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมีความสามารถในการซื้อก็ได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ก็อาจเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่สำคัญได้อีกนอกเหนือจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว และในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในเชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาค่า โอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มียาได้ต่ำ เป็นต้น

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ระดับการศึกษา และอาชีพ ของคนที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรม อารมณ์ ค่านิยม ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน หากจะวางแผนให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าก็จะต้องให้ความสำคัญกับความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์นี้ด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Barnard (1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว

Simon (1960) การตัดสินใจ คือ การกำหนดขอบเขตของนโยบายทั้งหมด และเป็นภารกิจที่แผ่กระจายไปทั่วการบริหารองค์การ เช่นเดียวกับการปฏิบัติงาน แท้จริงแล้วการตัดสินใจมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริหาร โดยทั่วไป จะต้องรวมหลักการขององค์การเพื่อประกันความถูกต้องของการตัดสินใจ เป็นหลักการที่เที่ยงตรงประกันประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน

ชัยวัฒน์ โหมยภัทรพิมพ์ และคณะ (2551) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการเลือกปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากหลาย ๆ สิ่งเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือกในการปฏิบัติ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติทางเลือก และ การติดตามประเมินผลที่เลือกปฏิบัติ

นิตยาพร เสมอใจ (2550) การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค และยังได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจว่ามี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

#### 1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ

จุดเริ่มต้นของปัญหานั้นเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่าง ระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขาารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป เมื่อสิ่งของเดิมที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมที่มีอยู่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องหาสิ่งใหม่มาทดแทนสิ่งเดิม

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เกิดจากการที่การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล กล่าวคือ การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะ และคุณวุฒิ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ ๆ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว ทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงินทั้งทางบวกหรือทางลบ ย่อมส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิต และแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มอ้างอิงจึงเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น ในช่วงวัยรุ่น มักมีเพื่อนเป็นกลุ่มอ้างอิง

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลดราคา การขายโดยใช้พนักงานหรือการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้

เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เขาอาจจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก ก็จะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป

ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะเป็นความเครียดที่กลายเป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหา ซึ่งเขาจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหาโดยการเสาะหาข้อมูลก่อน

2. การเสาะแสวงหาข้อมูล คือ เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องเสาะหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว สหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขายสินค้าและบริการ บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้

ผู้บริโภคบางกลุ่มก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างมากแต่บางกลุ่มก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความต้องการของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3. การประเมินทางเลือก คือ เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางวิธีการที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมินโดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าแต่ละชนิด และคัดสรรในการที่จะตัดสินใจซื้อให้เหลือเพียงตราเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้น ๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วย

ทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณา เพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

3.1 คุณสมบัติ และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหนผู้แต่ละรายจะมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวลรวมของลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะมองลักษณะแตกต่างของลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

3.2 ระดับความสำคัญ คือการพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า ที่เราได้พบเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ คือการพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อยี่ห้อของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตรายี่ห้อขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตรายี่ห้อ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตรายี่ห้อ มีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4 ความพอใจ คือการประเมินว่า มีความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อแค่ไหน ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตรา โดยผู้บริโภคจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ที่เขาต้องการแล้วผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราต่าง ๆ

3.5 กระบวนการประเมิน วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาไปประยุกต์สำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในยี่ห้อ คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน แล้วหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุด ก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ โดยปกติแล้วผู้บริโภคจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่แตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องข้อมูลหรือระยะเวลาในการตัดสินใจมากนัก โดยรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งตามระดับของความพยายามในการแก้ปัญหา คือ

4.1 พฤติกรรมการแก้ปัญหาอย่างเต็มรูปแบบ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อครั้งแรก สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง และการชื้อนั้นเกิดขึ้นไม่บ่อย ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยัง ไม่มีความคุ้นเคย จึงต้องทำการศึกษารายละเอียดของข้อมูลมาก และใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคย

4.2 พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ทางเลือกนั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก ผู้บริโภคมีเวลาในการตัดสินใจไม่มาก หรืออาจไม่ได้คิดว่ามีความสำคัญมากนัก จึงไม่ได้ใส่ความพยายามในการหาข้อมูล และตัดสินใจอย่างจริงจัง

4.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน เป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่เกิดจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจในครั้งก่อน ๆ จึงทำให้เกิดการแก้ปัญหาที่เหมือนเดิม จนทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิม ๆ เกิดเป็นความเคยชิน กลายเป็นพฤติกรรมของความภักดีในตรา แต่ถึงกระนั้น หากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทำการตัดสินใจใหม่ได้



4.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันที เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากการถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจในทันที หรือเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน รวมถึงถ้าผลลัพธ์ที่ตามมามีความเสี่ยงต่ำหรือมีประสบการณ์จากการใช้สินค้านั้นอยู่แล้ว ทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันทีได้

4.5 พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาความหลากหลาย เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ผู้บริโภคจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคต้องการแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุดจึงทดลองหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้น ๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการตัดสินใจ หมายถึง ผลสรุป หรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล เพื่อเลือกแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (2003, p. 160) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้น เลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร

สิวารัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede) หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในขณะใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

วันดี รัตนกายแก้ว (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มบุคคล หรือครัวเรือน ซึ่งซื้อหรือต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว หรือพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ แลใช้บริการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดการหาให้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อ นั้นหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ด้วยเงิน และรวมถึงการตัดสินใจ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วราพร วิไลเลิศ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความแตกต่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) และปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า และ ปัจจัยด้านการตอบรับจากลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล และการประมวลผลข้อมูล นั้น ได้ใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ช่วยในการประมวลผล โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-way ANOVA และ Multiple regression analysis ในการวิเคราะห์ ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยในช่วง 30-39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สาวิตรี ทองรัตนตรี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต และเพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มลูกค้าของบริษัทประกันชีวิตแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบของ Mann-Whitney และการทดสอบของ Kruskal-Wallis one way analysis of variance-test ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2 กลุ่ม และมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้สถิติทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงลำดับที่ของ Spearman ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อออร์แกนิกพรีเมียมประกันชีวิต ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อออร์แกนิกพรีเมียมประกันชีวิตแตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อออร์แกนิกพรีเมียมประกันชีวิต

อิสรากรณ์ วีระคงสุวรรณ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับรูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์ บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์บริษัทออลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ศึกษาปัจจัยสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคอันได้แก่ปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและปัจจัยสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการทำประกันชีวิตกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยในครั้งนี้คือผู้ถือกรมธรรม์ที่ทำประกันชีวิตผ่านสำนักงานตัวแทนในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท ออลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2554 จำนวน 388 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผลการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบที่ผู้ถือกรมธรรม์ส่วนใหญ่เลือกคือรูปแบบสะสมทรัพย์รองลงมาเป็นรูปแบบตลอดชีพปัจจัยสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคในการทำประกันชีวิตโดยภาพรวมมีความสำคัญในระดับสูงและปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 95

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกัน ของลูกค้านาคาการกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียด การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

#### การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้านาคาการกรุงไทยที่มีการออมในรูปแบบประกัน ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวน

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยอาศัยสูตรการคำนวณของ Cochran (1997) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ร้อยละ 95 โดยมีระดับความคาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ผล คือ ต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่า  $t = 1.96$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

P หมายถึง โอกาสที่จะเกิดสูงสุด = 0.5

q หมายถึง  $1 - p$  (โอกาสที่จะไม่เกิดสูงสุด)

e หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ ผู้วิจัยได้ป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มอีก 15 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบหลายขั้นตอน ดังนี้  
 ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารกรุงไทยที่มีการออมในรูปแบบประกัน ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยแจกแจงแบ่งสัดส่วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็น สาขาบางปะกง จำนวน 100 คน สาขาโรงไฟฟ้าบางปะกง จำนวน 100 คน สาขาตลาดนุรพาบางวัว จำนวน 100 คน และสาขาเทศบาลโกลีไต้สบางปะกง จำนวน 100 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถามตามสาขาของธนาคารกรุงไทย ทั้ง 4 สาขาในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ การสุ่มแจกแบบตามสะดวก (Convenience sampling) ด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัย ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งจากการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ที่ 0.80

ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในศึกษานั้นมีความเชื่อมั่นที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูงพอที่จะยอมรับได้

#### 4. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เพียงข้อละ 1 คำตอบ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ได้เลือกไว้ ข้อละ 1 เครื่องหมาย โดยมีการสร้างคำถามในการวิจัย เป็นคำถามมาตราแบบ Nominal scale และ Ordinal scale

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในการยอมรับแบบประกันชีวิต โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เพียงข้อละ 1 คำตอบซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ได้เลือกไว้ ข้อละ 1 เครื่องหมาย โดยมีการสร้างคำถามในการวิจัย เป็นคำถามมาตราแบบ Nominal scale และ Ordinal scale

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับสาเหตุการตัดสินใจยอมรับแบบประกันชีวิต โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกคำตอบเพียงข้อละ 1 คำตอบ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ได้เลือกไว้ ข้อละ 1 เครื่องหมาย โดยมีการสร้างคำถามในการวิจัย เป็นคำถามมาตราแบบ Interval Scale มีคำตอบให้ระบุความแตกต่างได้ โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนในการประเมินค่า (Likert scale) 5 ระดับซึ่งกำหนดค่าคะแนนไว้ ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อได้ค่าคะแนนออกมาจะนำค่าคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญโดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ย (วิชิต อุ่อ้น, 2550, หน้า 114) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลคะแนน มีเกณฑ์ ดังนี้

1.00-1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1.81-2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
2.61-3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

### การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้แล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป
3. แปลความหมายของข้อมูลที่ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานและสรุปผล

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้สถิติเพื่อการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลทั่วไปในการออกรูปแบบประกันชีวิต ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ
2. ข้อมูลในส่วนวัตถุประสงค์การตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential statistics) ซึ่งมีการทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Pearson Chi-square



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้ายุคชาครกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้ทำการวิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการออมรูปแบบประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของลูกค้า

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	179	44.75
หญิง	221	55.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 และเป็นเพศชาย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของลูกค้า

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	10	2.51
20-30 ปี	139	34.92
31-40 ปี	100	25.13
41-50 ปี	66	16.58
51-60 ปี	59	14.82
มากกว่า 60 ปี	24	6.03
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.92 รองลงมา คือ ผู้ที่มีอายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.13 ลำดับต่อมา คือ ผู้ที่มีอายุในช่วง 41-50 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.58 ผู้ที่มีอายุในช่วง 51-60 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.82 ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.03 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.51

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพของลูกค้า

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	164	41.00
สมรส	211	52.75
หย่าร้าง	16	4.00
หม้าย	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-3 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ลำดับต่อมา คือ ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน

16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สถานภาพ  
หม้าย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาของลูกค้า

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	68	17.04
ปวส./ อนุปริญญา	46	11.53
ปริญญาตรี	248	62.16
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.27
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า  
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.16 รองลงมา คือ  
ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.04 ลำดับต่อมา คือ  
ผู้ที่มีระดับการศึกษาปวส./ อนุปริญญา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.53 และกลุ่มตัวอย่างที่มี  
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิด  
เป็นร้อยละ 9.27

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของลูกค้า

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	101	25.25
พนักงานบริษัทเอกชน	170	42.50
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	94	23.50
แม่บ้าน	24	6.00
อื่น ๆ	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ลำดับต่อมา คือ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของลูกค้า

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	34	8.50
10,000-20,000 บาท	72	18.00
20,001-30,000 บาท	114	28.50
30,001-40,000 บาท	85	21.25
40,001-50,000 บาท	56	14.00
มากกว่า 50,000 บาท	39	9.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-6 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ลำดับต่อมา คือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ที่ลูกค้า  
ถือครอง

จำนวนกรรมธรรม์ที่ถือครอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 กรรมธรรม์	170	42.50
2 กรรมธรรม์	127	31.75
3 กรรมธรรม์	71	17.75
4 กรรมธรรม์	9	2.25
มากกว่า 4 กรรมธรรม์	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-7 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ที่ลูกค้า  
ถือครอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ที่ถือครอง 1 กรรมธรรม์ จำนวน 170 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ ลูกค้ามีกรรมธรรม์ที่ถือครอง 2 กรรมธรรม์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ  
31.75 ลำดับต่อมา คือ ลูกค้ามีกรรมธรรม์ที่ถือครอง 3 กรรมธรรม์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75  
ลูกค้ามีกรรมธรรม์ที่ถือครองมากกว่า 4 กรรมธรรม์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และกลุ่มตัวอย่าง  
ที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ลูกค้าที่มีกรรมธรรม์ที่ถือครอง 4 กรรมธรรม์ จำนวน 9 คน  
คิดเป็นร้อยละ 2.25

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการออกแบบประกันชีวิต

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ตัดสินใจ  
ออมในรูปแบบประกันชีวิต

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อเป็นเงินออม	144	36.46
เพื่อนำไปใช้ลดหย่อนภาษี	88	22.28
เพื่อคุ้มครองชีวิต/ รายได้	104	26.33
เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล	49	12.41
เพื่อการลงทุน	10	2.53
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-8 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำเพื่อเป็นเงินออม จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.46 รองลงมา คือ ทำเพื่อคุ้มครองชีวิต/ รายได้ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.33 ลำดับต่อมา คือ ทำเพื่อนำไปใช้ลดหย่อนภาษี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.28 ทำเพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.41 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ทำประกันเพื่อการลงทุน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.53

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบกิจกรรมชีวิต

รูปแบบกิจกรรมชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบสะสมทรัพย์	321	80.86
แบบตลอดชีพ	21	5.29
แบบชั่วระยะเวลา	32	8.06
แบบเงินได้ประจำ	23	5.79
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-9 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามรูปแบบกิจกรรมสัมพันธ์ชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อประกันชีวิตในรูปแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.86 รองลงมา คือ ซื้อประกันชีวิตในรูปแบบชั่วระยะเวลา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.06 ลำดับต่อมา คือ ซื้อประกันชีวิตรูปแบบเงินได้ประจำ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ซื้อประกันชีวิตในรูปแบบตลอดชีพ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.29

ตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน

ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	89	22.31
6-10 ปี	109	27.32
11-15 ปี	149	37.34
16-20 ปี	17	4.26
20 ปีขึ้นไป	35	8.77
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-10 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน 11-15 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.34 รองลงมา คือ ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน 6-10 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.32 ลำดับต่อมา คือ ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน 1-5 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.31 ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน 20 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน 16-20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.26

ตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนประกันชีวิตในกรมธรรม์

ทุนประกันชีวิตในกรมธรรม์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
100,000-400,000 บาท	311	77.75
400,001-700,000 บาท	44	11.00
700,001-1,000,000 บาท	31	7.75
มากกว่า 1,000,000 บาท	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-11 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามทุนประกันชีวิตในกรมธรรม์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทุนประกันชีวิต 100,000-400,000 บาท จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.75 รองลงมา คือ ทุนประกันชีวิต 400,001-700,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ลำดับต่อมา คือ ทุนประกันชีวิต 700,001-1,000,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ทุนประกันชีวิตมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเบี้ยประกันภัยต่อปี

เบี้ยประกันภัยต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	41	10.25
10,000-50,000 บาท	293	73.25
50,001-100,000 บาท	45	11.25
100,001-500,000 บาท	21	5.25
มากกว่า 500,000 บาท	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-12 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามจำนวนเบี้ยประกันภัยต่อปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระเบี้ยประกันภัย 10,000-50,000 บาทต่อปี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมา คือ ชำระเบี้ยประกันภัย 50,001-100,000 บาทต่อปี จำนวน 45 คน คิดเป็น



ร้อยละ 11.25 ลำดับต่อมา คือ ชำระเบี้ยประกันภัยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ชำระเบี้ยประกันชีวิต 100,001-500,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

ตารางที่ 4-13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระเบี้ยประกันชีวิต

การชำระเบี้ยประกันชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระรายเดือน	40	10.03
ชำระราย 3 เดือน	42	10.53
ชำระราย 6 เดือน	62	15.54
ชำระรายปี	255	63.91
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-13 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามการชำระเบี้ยประกันชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายปี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.91 รองลงมา คือ ชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นราย 6 เดือน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.54 ลำดับต่อมา คือ ชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นราย 3 เดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีการชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.03

ตารางที่ 4-14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการคุ้มครองชีวิต

ระยะเวลาในการคุ้มครองชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	16	4.00
6-10 ปี	63	15.75
11-15 ปี	8	2.00
16-20 ปี	20	5.00
20 ปีขึ้นไป	293	73.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-14 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามระยะเวลาในการ  
 คู้มครองชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการคู้มครองชีวิตในกรรมธรรม์ประกันชีวิต  
 20 ปีขึ้นไป จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการคู้มครองชีวิต 6-10 ปี  
 จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ลำดับต่อมา คือ ระยะเวลาในการคู้มครองชีวิต 16-20 ปี จำนวน 20  
 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระยะเวลาในการคู้มครองชีวิต 1-5 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ  
 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาในการคู้มครองชีวิต 11-15 ปี  
 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4-15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการ  
 ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ผู้มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการทำประกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	268	67.51
สมาชิกในครอบครัว	57	14.36
ญาติพี่น้อง	38	9.57
เพื่อน	20	5.04
ตัวแทน/ นายหน้าประกันชีวิต	14	3.53
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-15 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผล  
 ต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อ  
 การตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ ตัวเอง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.51 รองลงมา คือ  
 สมาชิกในครอบครัว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.36 ลำดับต่อมา คือ ญาติพี่น้อง จำนวน 38 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 9.57 ผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ เพื่อน  
 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.04 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มี  
 ส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต คือ ตัวแทน/ นายหน้าประกันชีวิต  
 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

ตารางที่ 4-16 ปัจจัยในการตัดสินใจออมรูปแบบประกันชีวิต

ปัจจัยการออมรูปแบบ ประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ด้านการลงทุน									
1. เพื่อเป็นการลงทุนให้ได้ ผลตอบแทนที่ดีในอนาคต	165	149	65	17	4	4.14	0.90	มาก	6
	41.25%	37.25%	16.25%	4.25%	1.00%				
รวม						4.14	0.90		
ด้านการออม									
2. เพื่อเป็นการออมเงิน และได้คืนหลังครบ กำหนดสัญญา	162	169	49	20	0	4.18	0.83	มาก	4
	40.50%	42.25%	12.25%	5.00%	0.00%				
3. เพื่อเป็นการดำรงชีพ ยามเกษียณอายุ	158	167	58	17	0	4.17	0.83	มาก	5
	39.50%	41.75%	14.50%	4.25%	0.00%				
รวม						4.17	0.77		
ด้านการให้ความคุ้มครอง									
4. เพื่อคุ้มครองการ เสียชีวิต โดยไม่ต้องการ เงินออม	13	36	108	134	109	2.28	1.06	น้อย	10
	3.25%	9.00%	27.00%	33.50%	27.25%				
5. เพื่อเป็นทุนในการ รักษาพยาบาล	91	54	64	136	55	2.98	1.39	ปาน กลาง	8
	22.75%	13.50%	16.00%	34.00%	13.75%				
รวม						2.63	1.04		

ตารางที่ 4-16 (ต่อ)

ปัจจัยการออกรูปแบบ ประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ด้านการสร้างความมั่นคง ให้กับชีวิต									
6. เพื่อเป็นเงินทุนในการ จัดการหลังเสียชีวิต	183 45.75%	139 34.75%	57 14.25%	19 4.75%	2 0.50%	4.21	0.89	มาก ที่สุด	3
7. เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับ ที่อยู่อาศัย	50 12.50%	31 7.75%	75 18.75%	110 27.50%	134 33.50%	2.38	1.35	น้อย	9
รวม						3.29	0.89		
ด้านการได้สิทธิประโยชน์ ทางภาษี									
8. อัตราผลตอบแทนจาก กรมธรรม์อยู่ในเกณฑ์ดี	107 26.75%	234 58.50%	54 13.50%	4 1.00%	1 0.25%	4.11	0.67	มาก	7
รวม						4.11	0.67		
9. รูปแบบประกันชีวิต ตอบสนองความต้องการ	135 33.75%	236 59.00%	29 7.25%	0 0.00%	0 0.00%	4.27	0.58	มาก ที่สุด	2
10. ประกันชีวิตมี ความสำคัญ	200 50.00%	188 47.00%	12 3.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.47	0.56	มาก ที่สุด	1
รวม (n = 400)						3.72	0.46	มาก	

จากตารางที่ 4-16 แสดงว่าปัจจัยในด้านการออกรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.17$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการลงทุน ( $\bar{X} = 4.14$ ) ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ( $\bar{X} = 4.11$ ) ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต ( $\bar{X} = 3.29$ ) และสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง ( $\bar{X} = 2.63$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ประกันชีวิตมีความสำคัญ

มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$ ) ลำดับที่ 2 คือ รูปแบบประกันชีวิตตอบสนองความต้องการ ได้ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) ลำดับที่ 3 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงิน ทุนในการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) ลำดับที่ 4 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการออมเงิน และได้คืนหลังครบกำหนดสัญญา มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ) ลำดับที่ 5 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ ) ลำดับที่ 6 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการลงทุนให้ได้ผลตอบแทนที่ดีในอนาคต มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) ลำดับที่ 7 คือ อัตราผลตอบแทนจากกรมธรรม์อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) ลำดับที่ 8 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนในการรักษาพยาบาล มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.98$ ) ลำดับที่ 9 คือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.38$ ) และลำดับสุดท้าย คือ วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิต โดยไม่ต้องการเงินออม มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.28$ )

#### ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้ายุทธศาสตร์การกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้ายุทธศาสตร์การกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

$H_1$ : เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

ตารางที่ 4-17 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกิจกรรมประจำวัน

รูปแบบของกิจกรรมประจำวัน	เพศ			X <sup>2</sup>	p-value
	ชาย	หญิง	รวม		
แบบสะสมทรัพย์	144	177	321	5.683	0.128
แบบตลอดชีพ	7	14	21		
แบบชั่วระยะเวลา	12	20	32		
แบบเงินได้ประจำ	15	8	23		
รวม	178	219	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 0 เซลล์ (0 %)

จากตารางที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกิจกรรมประจำวัน ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.128 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมประจำวัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมนิรูปแบบประกันของลูกค้ายุทธศาสตร์ไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมประจำวัน

$H_1$ : อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมประจำวัน

ตารางที่ 4-18 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรม  
ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	อายุ						รวม	X <sup>2</sup>	p- value
	น้อย กว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มาก กว่า 60 ปี			
แบบสะสมทรัพย์	10	112	86	54	40	19	321	20.20	0.164
แบบตลอดชีพ	0	4	4	4	6	2	20		
แบบชั่วระยะเวลา	0	15	7	5	4	0	31		
แบบเงินได้ประจำ	0	7	3	3	7	3	23		
รวม	10	138	100	66	57	24	395		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 11 เซลล์ (45.8 %)

จากตารางที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.164 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมนในรูปแบบประกันของลูกค้านาคกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

ตารางที่ 4-19 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรม  
ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	สถานภาพ					X <sup>2</sup>	p-value
	โสด	สมรส	หย่าร้าง	หม้าย	รวม		
แบบสะสมทรัพย์	138	169	10	4	321	36.761	0.000
แบบตลอดชีพ	5	14	1	1	21		
แบบชั่วระยะเวลา	15	16	1	0	32		
แบบเงินได้ประจำ	5	11	3	4	23		
รวม	163	210	15	9	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 6 เซลล์ (37.5%)

จากตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบ  
สอบถามและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า  
สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรม  
ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการ  
ตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือก  
รูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือก  
รูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต



ตารางที่ 4-20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบ  
ของกรรมกรรมประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	ระดับการศึกษา				รวม	X <sup>2</sup>	p-value
	ม.ปลาย ปวช.	ปวส. อนุ ปริญญา	ป.ตรี	สูงกว่า ป.ตรี			
แบบสะสมทรัพย์	46	33	208	33	320	30.813	0.000
แบบตลอดชีพ	11	3	6	1	21		
แบบชั่วระยะเวลา	6	8	16	2	32		
แบบเงินได้ประจำ	4	1	17	1	23		
รวม	67	45	247	37	396		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 8 เซลล์ (50.0 %)

จากตารางที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบ  
สอบถามและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า  
ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรม  
ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมใน  
รูปแบบประกันของลูกค้ายกเว้นการกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบ  
กรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบ  
กรรมกรรมประกันชีวิต

ตารางที่ 4-21 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรม  
ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	อาชีพ					รวม	X <sup>2</sup>	p-value
	รับ ราชการ	บ. เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว / ล้าขาย	แม่บ้าน	อื่น ๆ			
แบบสะสมทรัพย์	85	136	73	17	10	321	18.176	0.110
แบบตลอดชีพ	3	6	8	4	0	21		
แบบชั่วระยะเวลา	4	17	9	2	0	32		
แบบเงินได้ประจำ	8	10	4	0	1	23		
รวม	100	169	94	23	11	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 7 เซลล์ (35.0%)

อื่น ๆ หมายถึง นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการบำนาญ

จากตารางที่ 4-21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

ตารางที่ 4-22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกิจกรรมที่  
 ประกันชีวิต

รูปแบบของ กิจกรรมที่ประกัน ชีวิต	รายได้ต่อเดือน						รวม	X <sup>2</sup>	p- value	
	น้อย กว่า 10,000	10,000 บาท	20,001 บาท	30,001 บาท	40,001 บาท	50,001 บาท				มาก กว่า 50,000
	แบบสะสมทรัพย์	26	65	87	68	44				31
แบบตลอดชีพ	6	4	3	4	2	2	21			
แบบชั่วระยะเวลา	1	2	18	7	3	1	32			
แบบเงินได้ประจำ	0	1	5	6	7	4	23			
รวม	33	72	113	85	56	38	397			

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 13 เซลล์ (54.20 %)

จากตารางที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกิจกรรมที่ประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมที่ประกันชีวิต

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านการออม ด้านการให้ความคุ้มครอง ด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านายธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านายธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ปัจจัยด้านการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมที่ประกันชีวิต

$H_1$ : ปัจจัยด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมที่ประกันชีวิต

ตารางที่ 4-23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการลงทุนและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการลงทุน					รวม	X <sup>2</sup>	p-value
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด			
แบบสะสมทรัพย์	138	120	52	9	2	321	40.172	0.000
แบบตลอดชีพ	4	6	5	4	2	21		
แบบชั่วระยะเวลา	13	9	7	3	0	32		
แบบเงินได้ประจำ	8	13	1	1	0	23		
รวม	163	148	65	17	4	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 9 เซลล์ (45.0%)

จากตารางที่ 4-23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการลงทุนและรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านการออม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านักกรู่งไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ปัจจัยด้านการออม ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : ปัจจัยด้านการออม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

ตารางที่ 4-24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการออมและรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมธรรม์ประกัน ชีวิต	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการออม					รวม	X <sup>2</sup>	p-value
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด			
แบบสะสมทรัพย์	153	132	29	7	0	321	50.575	0.000
แบบตลอดชีพ	3	10	3	5	0	21		
แบบชั่วระยะเวลา	12	10	3	7	0	32		
แบบเงินได้ประจำ	12	11	0	0	0	23		
รวม	180	163	35	19	0	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 6 เซลล์ (37.5%)

จากตารางที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการออมและรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านการออมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิต

$H_1$ : ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ตารางที่ 4-25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรมธรรม์ประกัน ชีวิต	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้ความ คุ้มครอง					X <sup>2</sup>	p-value
	5	4	3	2	1		
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
แบบสะสมทรัพย์	21	56	52	122	17	44.637	0.000
แบบตลอดชีพ	4	8	8	1	0		
แบบชั่วระยะเวลา	7	10	4	7	4		
แบบเงินได้ประจำ	1	0	4	11	7		
รวม	33	74	68	141	81	397	

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 9 เซลล์ (45.0%)

จากตารางที่ 4-25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

$H_1$ : ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

ตารางที่ 4-26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และรูปแบบของ  
กรรมกรรมประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมกรรมประกัน ชีวิต	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างความ มั่นคงให้กับชีวิต					รวม	X <sup>2</sup>	p-value
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด			
แบบสะสมทรัพย์	49	86	100	82	4	321	59.772	0.000
แบบตลอดชีพ	0	10	2	5	4	21		
แบบชั่วระยะเวลา	12	12	3	4	1	32		
แบบเงินได้ประจำ	1	5	11	6	0	23		
รวม	62	113	116	97	9	397		

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 6 เซลล์ (30.0%)

จากตารางที่ 4-26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และรูปแบบของกรรมกรรมประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันของลูกค้านาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

$H_0$ : ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

$H_1$ : ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมกรรมประกันชีวิต

ตารางที่ 4-27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และรูปแบบของ  
กรรมธรรม์ประกันชีวิต

รูปแบบของ กรรมธรรม์ประกัน ชีวิต	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการได้สิทธิ ประโยชน์ทางภาษี					X <sup>2</sup>	p-value
	5	4	3	2	1		
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
แบบสะสมทรัพย์	85	193	38	4	1	321	8.117 0.776
แบบตลอดชีพ	7	11	3	0	0	21	
แบบชั่วระยะเวลา	7	18	7	0	0	32	
แบบเงินได้ประจำ	7	10	6	0	0	23	
รวม	106	232	54	4	1	397	

หมายเหตุ เซลล์ที่มีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 อยู่ทั้งหมด 11 เซลล์ (55.0%)

จากตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า p-value เท่ากับ 0.776 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิต



ตารางที่ 4-28 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
1.1	เพศ	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	ไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
1.2	อายุ	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	ไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
1.3	สถานภาพ	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
1.4	ระดับการศึกษา	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
1.5	อาชีพ	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	ไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
1.6	รายได้ต่อเดือน	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
2.1	ปัจจัยด้านการลงทุน	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
2.2	ปัจจัยด้านการออม	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
2.3	ปัจจัยด้านการให้ความ คุ้มครอง	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
2.4	ปัจจัยด้านการสร้าง ความมั่นคงให้กับชีวิต	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$
2.5	ปัจจัยด้านการได้สิทธิ ประโยชน์ทางภาษี	การตัดสินใจออมในแบบประกัน	ไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐาน $H_0$

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแบบ ประกันของลูกค้า ธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มี ผลต่อการออมในรูปแบบประกันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแบบประกันของลูกค้า ธนาคาร กรุงไทยในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ และมาตราส่วน ประเมินค่า โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปในการออมรูปแบบประกันชีวิต ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งหมด 4 สาขา คือ สาขาสาขางบางปะกง จำนวน 100 คน สาขาโรงไฟฟ้า บางปะกง จำนวน 100 คน สาขาตลาดนุรพาวางิ้ว จำนวน 100 คน และสาขาเทศบาลไผ่โผล่ บางปะกง จำนวน 100 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแบบสอบถาม ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่เลือกใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน (Inferential statistics) ซึ่งมีการทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Pearson Chi-square โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการออมรูปแบบประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

## สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25

ส่วนใหญ่อายุในช่วง 20-30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.92 สถานภาพสมรส จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.16 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และส่วนใหญ่อามีกรรมธรรม์ที่ถือครอง 1 กรรมธรรม์ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50

### 2. ข้อมูลทั่วไปในการออกรูปแบบประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต พบว่า ทำเพื่อเป็นเงินออม จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.46 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อประกันชีวิตในรูปแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.86 ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกัน 11-15 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.34 มีทุนประกันชีวิต 100,000-400,000 บาท จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.75 ชำระเบี้ยประกันภัย 10,000-50,000 บาทต่อปี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 มีการชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายปี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.91 มีระยะเวลาในการคุ้มครองชีวิตในกรรมธรรม์ประกันชีวิต 20 ปีขึ้นไป จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตคือ ตัวเอง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.51

### 3. ข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านการออมมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการลงทุน ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครอง โดยแยกในแต่ละด้านคือ การตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ว่าประกันชีวิตมีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบประกันชีวิตตอบสนองความต้องการได้ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนในการจัดการหลังเสียชีวิต วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการออมเงินและได้คืนหลังครบกำหนดสัญญา วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการดำรงชีพยามเกษียณอายุ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการลงทุนให้ได้ผลตอบแทนที่ดีในอนาคต อัตราผลตอบแทนจากกรรมธรรม์อยู่ในเกณฑ์ดี วัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนในการรักษาพยาบาล

วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับที่อยู่อาศัย และลำดับสุดท้าย คือ วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิต โดยไม่ต้องการเงินออม

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

##### 1. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 2. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.2

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 3. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.3

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบ สอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 4. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.4

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 5. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.5

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 6. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1.6

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### 7. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2.1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการลงทุนและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์

ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

8. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2.2

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการออมและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านการออมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

9. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2.3

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองและรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

10. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2.4

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

11. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2.5

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกัน ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราในครั้งนี้ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่มีกรมธรรม์ที่ถือครอง 1 กรมธรรม์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต นั่นเป็นเพราะไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายก็ล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบประกันชีวิตที่ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร วิไลเลิศ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิต อาจเกิดจากในปัจจุบัน โรคภัยไข้เจ็บ หรือความเสี่ยงต่าง ๆ รวมทั้งเหตุที่ไม่คาดฝัน เกิดได้กับทุกคน และบุคคลไม่ว่าช่วงอายุใดก็มีความต้องการรูปแบบของประกันชีวิตที่ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสถิติกิจกรรมร่วมกันชีวิตรายใหม่ (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2558) ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิต อาจเป็นเพราะผู้ที่มีครอบครัว จะให้ความสำคัญกับการเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิตมากกว่าผู้ที่ไม่มีสถานภาพโสด เนื่องจากเมื่อเกิดเหตุไม่คาดฝันขึ้นกับตัวเองหรือหัวหน้าครอบครัว จะได้ไม่เป็นภาระของคนข้างหลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราภรณ์ วีระคงสุวรรณ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับรูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์ บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร วิไลเลิศ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิต ซึ่งบุคคลไม่ว่าจะประกอบอาชีพใด ล้วนแต่ต้องการรูปแบบประกันชีวิตที่ไม่ต่างกัน เช่น ไม่ว่าจะประกอบอาชีพประจำราชการ เอกชน หรือธุรกิจส่วนตัว ก็ต้องการรูปแบบประกันชีวิตที่คุ้มครองเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการผ่อนบ้าน เพื่อไม่ให้เป็นการภาระของคนในครอบครัว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร วิไลเลิศ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อาชีพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมร่วมกันชีวิต เนื่องจาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร วิไลเลิศ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งอาจเกิดจากรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตบางประเภทไม่เน้นทำเพื่อการลงทุน เนื่องจากมีระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิตไปจนตลอดชีพ หรือแบบชั่วระยะเวลา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการออมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต อาจเกิดจากรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตบางรูปแบบไม่เน้นการออมเงิน เช่น การซื้อประกันสุขภาพ ซื้อค่ารักษาพยาบาล หรือการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ต้องส่งเบี้ยประกันชีวิตไปจนตลอดชีพเนื่องจาก ผู้เอาประกันภัยส่วนใหญ่จะมองว่าในการทำประกันชีวิตรูปแบบเหล่านี้กว่าจะครบกำหนดสัญญาต้องมีอายุ 90 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นานเกินไป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการให้ความคุ้มครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต อาจเกิดจากในแต่ละรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตก็มีสาเหตุการคุ้มครองชีวิตที่แตกต่างกันไป เช่น ประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา จะเป็นการคุ้มครองชีวิตของผู้เอาประกันชีวิตในการป้องกันความเสี่ยงในการผ่อนบ้าน โดยไม่มีเงินคืนเมื่อครบอายุกรมธรรม์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต อาจเกิดจากรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตบางรูปแบบมีอายุสัญญากรมธรรม์สั้น เช่น 5 ปี 10 ปี ซึ่งอาจไม่ตอบสนองความต้องการของผู้เอาประกันชีวิตที่ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัว ดังนั้น จึงต้องเลือกรูปแบบกรมธรรม์ที่ต่างกันออกไปเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของตนเองมากที่สุด สอดคล้องกับสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง (2552) ซึ่งระบุว่า วัตถุประสงค์ในการออกรูปแบบประกัน ว่ามีดังต่อไปนี้ 1. ด้านการลงทุน ประกันชีวิตเปรียบเสมือนหลักทรัพย์ชนิดหนึ่ง เนื่องจากผู้ทำประกันจะได้รับดอกผลเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงินทั่วไป ในส่วนที่แตกต่างกันคือ ประกันชีวิตจะมีระเบียบวิธีการ เงื่อนไข ระยะเวลา และอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน การประกันชีวิตนั้นแม้ได้ผลตอบแทนต่ำกว่าการลงทุนบางประเภท แต่ก็นับว่าเป็นรายได้ที่แน่นอน มีความเสี่ยงต่ำและเชื่อมั่นได้ว่าต้นทุนไม่สูญหายไปด้วย 2. ด้านการออม ลักษณะการออมของการทำประกันภัยนั้น จะเป็นในลักษณะแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันจะต้องมีหน้าที่ในการจ่ายเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ และหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิต และเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์กำหนดไว้ ก็จะได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย นับได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้ยามชราก็ได้ หรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างค่านิยมให้คนรู้จักประหยัด และมีความรับผิดชอบต่อ

ครอบครัวอีกด้วย 3. ด้านการให้ความคุ้มครอง การทำประกันชีวิตจะช่วยบรรเทา ความเดือดร้อน เรื่องการเงิน รวมทั้งเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของครอบครัว อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตของบุคคลใด บุคคลหนึ่งในครอบครัวนั้น เพื่อไม่ให้เป็นการแก่ลูกหลาน 4. ด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต การประกันชีวิตสามารถช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้แก่ผู้เอาประกันได้ ในกรณีการทำ ประกันสุขภาพการเจ็บไข้ได้ป่วย หรือการประกันอุบัติเหตุที่ไม่คาดคิด ผู้เอาประกันจะได้เงิน ทดแทนเพื่อใช้ในการเลี้ยงชีพตน ในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงได้ ในกรณีการทำประกันชีวิตเพื่อ เลี้ยงชีพยามชรา ผู้เอาประกันก็สามารถมีรายได้เพื่อเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีวิตเช่นกัน

ส่วนปัจจัยการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการ ได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งอาจเกิดจากรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่ที่เสนอขายในปัจจุบันมีความคุ้มครอง ชีวิตมากกว่า 10 ปี ฉะนั้นรูปแบบประกันชีวิตส่วนมากจึงสามารถนำไปใช้ลดหย่อน ภาษีได้ ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง (2552) ระบุว่า เนื่องจากรัฐบาลได้ให้ การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ที่ทำประกันชีวิตก็สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตของบริษัทที่ ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ไปใช้เป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 100,000 บาท ทั้งนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ ประชาชนหันมาสนใจการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น เพื่อความมั่นคงในชีวิตของประชาชนทั่วไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่าปัจจัยในด้านการลงทุน ปัจจัยด้านการออม ปัจจัยด้าน การให้ความคุ้มครอง และปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ในการเลือกรูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญกับ ผลประโยชน์ของรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตที่จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าใน ด้านต่าง ๆ ได้

2. รูปแบบประกันสะสมทรัพย์เป็นแบบประกันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำมากที่สุด ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตควรออกแผนประกันแบบสะสมทรัพย์ที่แตกต่างออกไป และพัฒนา รูปแบบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. อาชีพที่มีการออมในรูปแบบประกันชีวิตมากที่สุด คือ พนักงานเอกชน ดังนั้นจึงควร ให้ความสนใจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ลูกค้าในอาชีพอื่น ๆ ให้มีความรู้ความเข้าใจในการ ออมรูปแบบประกันชีวิตให้ทั่วถึง



### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของลูกค้ายุคชาชนาการกรุงไทย ในอำเภอ บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผ่านช่องทางธนาคารเปรียบเทียบกับช่องทางตัวแทน
2. ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของลูกค้ายุคชาชนาการกรุงไทย ในพื้นที่ อื่น ๆ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดอื่น ๆ
3. ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของลูกค้ายุคชาชนาการกรุงไทย เปรียบเทียบกับธนาคารอื่น ๆ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
4. ทำการศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการออมในรูปแบบประกันชีวิต เช่น ความน่าเชื่อถือบริษัทประกันชีวิต ความรู้ความเข้าใจของนายหน้าหรือตัวแทนประกันชีวิต เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- กัลยา กมลรัตน์. (2553). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยวัฒน์ โหมยภัทรพิมพ์, พหล ศักดิ์กะทัศน์ และจินตนา จูมวงษ์. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบของประกันชีวิตและตัวแบบสำหรับวิเคราะห์รูปแบบของประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ซาโตริ นากาโน. (2558). *ข่าวธุรกิจประกัน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000096613>
- บุญรุ่ง จันทน์นาค. (2554). *การออม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.sites.google.com/site/boonrung02/home/hnwy-thi-3-kar-xxm>
- วรินทร์ จิรภาส โกลกิน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินสะสมของสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งจดทะเบียนแล้ว สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วราพร วิไลเลิศ. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, 4(1), 595-615.
- วันดี รัตนกายแก้ว. (2554). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วารสารประกันชีวิต. (2556). *ประกันชีวิต*. เข้าถึงได้จาก [http://www.tlaa.org/2012/downloads.php?downloads\\_id=9&Page=3](http://www.tlaa.org/2012/downloads.php?downloads_id=9&Page=3)
- วิจิต อุ๋น. (2550). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พรินท์แอมมิ (ประเทศไทย).
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักยิตานนท์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง*. กรุงเทพฯ: โอเชียน บุค มาร์ท.

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). *การออม*.

เข้าถึงได้จาก <https://www.1213.or.th/th/moneymgt/save/Pages/save.aspx>

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2553). *สรุปสาระสำคัญของการประกันชีวิต*. เข้าถึงได้จาก

[http://www.tlaa.org/2012/enews\\_arti\\_de.php?article\\_id=12&article\\_detail\\_id=48#.VyxvTzHluSr](http://www.tlaa.org/2012/enews_arti_de.php?article_id=12&article_detail_id=48#.VyxvTzHluSr)

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2558). *ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก

[http://www.tlaa.org/2012/enews\\_info\\_de.php?present\\_id=11&http://www.tlaa.org/2012/enews\\_info\\_de.php?present\\_id=11&present\\_detail\\_id=129#.VyyTxDHluSo](http://www.tlaa.org/2012/enews_info_de.php?present_id=11&http://www.tlaa.org/2012/enews_info_de.php?present_id=11&present_detail_id=129#.VyyTxDHluSo)

สหกรณ์ออมทรัพย์ กระทรวงการคลัง. (2555). *ความสำคัญของการออม*. เข้าถึงได้จาก

[http://mofcoop.mof.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=64:morbior-nare-pulvinar-quamet&catid=36:latest-news](http://mofcoop.mof.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=64:morbior-nare-pulvinar-quamet&catid=36:latest-news)

สาวิตรี ทองรัตนตรัย. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต*. วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2557). *การประกันชีวิต*.

เข้าถึงได้จาก [http://www1.oic.or.th/th/elearning/inner\\_life2.php](http://www1.oic.or.th/th/elearning/inner_life2.php)

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. (2552). *ประโยชน์จากการทำประกันภัย*.

เข้าถึงได้จาก <http://www.tvinsure.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539435747>

อัจฉรา นพวิญญูวงศ์. (2550). *ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ*

*และการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายเสื้อเชิ้ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน*.

การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อิสราภรณ์ วีระคงสุวรรณ. (2556). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับรูปแบบการทำประกันชีวิตของผู้ถือกรมธรรม์*

บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). *วารสารสังคมศาสตร์และ*

*มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 39(2), 226-238.

Barnard, C. I. (1938). *The function of executive*. Cambridge, Harvard University Press.

Cochran, W. J. (1997). *Practical nonparametric statistics*. New York: John Wiley.

Frederick, G. C. (1984). *Insurance principles and practice*. New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11<sup>th</sup> ed.). Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Nilson, T. H. (1992). *Creating customer value*. The Part to Sustainable Competitive Advantage. Thompson Executive Press, OH.

Simon, H. A. (1960). *Administrative behavior*. New York: The McMillen Company.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในรูปแบบประกัน ของลูกค้ายุทธศาสตร์กรุงไทย ในอำเภอบางปะกง  
จังหวัดฉะเชิงเทรา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย [ / ] ลงในช่องคำตอบของท่าน

1. เพศ

1.  ชาย

2.  หญิง

2. อายุ

1.  น้อยกว่า 20 ปี

2.  20-30 ปี

2.  31-40 ปี

4.  41-50 ปี

5.  51-60 ปี

6.  มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

1.  โสด

2.  สมรส

3.  หย่าร้าง

4.  หม้าย

4. ระดับการศึกษา

1.  มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

2.  ปวส./ อนุปริญญา

3.  ปริญญาตรี

4.  สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1.  รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2.  พนักงานบริษัทเอกชน

3.  ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย

4.  แม่บ้าน

5.  อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 6. รายได้ต่อเดือน

1.  น้อยกว่า 10,000 บาท
2.  10,000-20,000 บาท
3.  20,001-30,000 บาท
4.  30,001-40,000 บาท
5.  40,001-50,000 บาท
6.  มากกว่า 50,000 บาท

## 7. ท่านมีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตกี่กรมธรรม์

- |  |  |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> 1 กรมธรรม์         | 2. <input type="checkbox"/> 2 กรมธรรม์ |
| 3. <input type="checkbox"/> 3 กรมธรรม์         | 4. <input type="checkbox"/> 4 กรมธรรม์ |
| 5. <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 กรมธรรม์ |  |

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปในการออกรูปแบบประกันชีวิต

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย [ / ] ลงในช่องคำตอบของท่าน

## 8. สาเหตุสำคัญที่สุดที่ท่านตัดสินใจออกรูปแบบประกันชีวิต

- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นเงินออม           | 2. <input type="checkbox"/> เพื่อนำไปใช้ลดหย่อนภาษี |
| 3. <input type="checkbox"/> เพื่อคุ้มครองชีวิต/ รายได้ | 4. <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล |
| 5. <input type="checkbox"/> เพื่อการลงทุน              | 6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....    |

## 9. รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านซื้อ เป็นแบบใด

- |   |   |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> แบบสะสมทรัพย์   | 2. <input type="checkbox"/> แบบตลอดชีพ      |
| 3. <input type="checkbox"/> แบบชั่วระยะเวลา | 4. <input type="checkbox"/> แบบเงินได้ประจำ |

## 10. ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันชีวิตของท่าน มีระยะเวลากี่ปี

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> 1-5 ปี      | 2. <input type="checkbox"/> 6-10 ปี  |
| 3. <input type="checkbox"/> 11-15 ปี    | 4. <input type="checkbox"/> 16-20 ปี |
| 5. <input type="checkbox"/> 20 ปีขึ้นไป |                                      |



11. ทุนประกันชีวิตในกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่าน มีวงเงินเท่าใด

- |                             |                       |                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | 100,000-400,000 บาท   | 2. <input type="checkbox"/> | 400,001-700,000 บาท   |
| 3. <input type="checkbox"/> | 700,001-1,000,000 บาท | 4. <input type="checkbox"/> | มากกว่า 1,000,000 บาท |

12. จำนวนเบี้ยประกันภัยต่อปี ในกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่าน เป็นเงินเท่าใด

- |                             |                     |                             |                     |
|-----------------------------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | น้อยกว่า 10,000 บาท | 2. <input type="checkbox"/> | 10,000-50,000 บาท   |
| 3. <input type="checkbox"/> | 50,001-100,000 บาท  | 4. <input type="checkbox"/> | 100,001-500,000 บาท |
| 5. <input type="checkbox"/> | มากกว่า 500,000 บาท |                             |                     |

13. ท่านชำระเบี้ยประกันชีวิต อย่างไร

- |                             |                 |                             |                 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | ชำระรายเดือน    | 2. <input type="checkbox"/> | ชำระราย 3 เดือน |
| 3. <input type="checkbox"/> | ชำระราย 6 เดือน | 4. <input type="checkbox"/> | ชำระรายปี       |

14. ระยะเวลาในการคุ้มครองชีวิตของกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ท่านทำ มีระยะเวลากี่ปี

- |                             |             |                             |          |
|-----------------------------|-------------|-----------------------------|----------|
| 1. <input type="checkbox"/> | 1-5 ปี      | 2. <input type="checkbox"/> | 6-10 ปี  |
| 3. <input type="checkbox"/> | 11-15 ปี    | 4. <input type="checkbox"/> | 16-20 ปี |
| 5. <input type="checkbox"/> | 20 ปีขึ้นไป |                             |          |

15. ผู้ที่มีส่วนสำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของท่านคือใคร

- |                             |                            |                             |                  |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> | ตัวท่านเอง                 | 2. <input type="checkbox"/> | สมาชิกในครอบครัว |
| 3. <input type="checkbox"/> | ญาติพี่น้อง                | 4. <input type="checkbox"/> | เพื่อน           |
| 5. <input type="checkbox"/> | ตัวแทน/ นายหน้าประกันชีวิต |                             |                  |

### ส่วนที่ 3 สาเหตุการตัดสินใจออมในรูปแบบประกันชีวิต

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย [ / ] ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สาเหตุการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิต	ความคิดเห็นของท่าน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านการลงทุน</b> 16. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็น การลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดี ในอนาคต					
<b>ด้านการสร้างความมั่นคง</b> 17. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็น เงินทุนในการจัดการหลังการ เสียชีวิต					
<b>ด้านการสร้างความมั่นคง</b> 18. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็น เงินทุนสำหรับที่อยู่อาศัย					
<b>ด้านการให้ความคุ้มครอง</b> 19. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อ คุ้มครองการเสียชีวิตเท่านั้น โดยไม่ ต้องการเงินออม					
<b>ด้านการออม</b> 20. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็น การออมเงิน และได้คืนหลังครบ กำหนดสัญญา					
<b>ด้านการออม</b> 21. ท่านซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็น การดำรงชีพยามเกษียณอายุ					



สาเหตุการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิต	ความคิดเห็นของท่าน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
22. รูปแบบการประกันชีวิต ตอบสนองความต้องการของท่านได้					
23. ท่านคิดว่า ประกันชีวิตมี ความสำคัญ					

**ภาคผนวก ข**  
**การตรวจอักษรวิสุทธิ**

## Plagiarism Checking Report

Created on Apr 9, 2017 at 17:23 PM

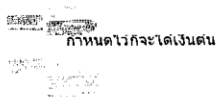
### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446907	Apr 9, 2017 at 17:23 PM	warapornp@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ปณิตา วงศ์ศรีกุล.09.04.2560.docx		

### Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการออมภาคเอกชนในประเทศไทย,Economic Factors and Private Savings in Thailand	ปณิตา ศันทรศรี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	0.64 %
2	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในเขตกรุงเทพมหานคร	ชญชธรณ์วิสุทธิอัมพร	มหาวิทยาลัยนเรศวร	0.31 %
3	การศึกษาโครงสร้างตลาดและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการทำประกันชีวิตในประเทศไทย,A study of market structure and demand for life-insurance in Thailand	ศศิگانต์ ฉิมสุข	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	0.30 %
4	กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผมในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร,Buying decision process of hair color products in modern trade store of consumers in Bangkok metropolitan.	นิธินพ ทองวาสนาสง	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	0.29 %
5	\\DEMAND FROM SINGING LESSON OF MIDDLE - AGED AND ELDERLY	นายศักดิ์สิทธิ์ สมัทธิธรรม	มหาวิทยาลัยศิลปากร	0.28 %





กำหนดไว้ที่จะได้เงินสด

รายได้ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภคส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสมเรียกการออมเงินหากพิจารณาดูจะพบว่าการออมเปรียบเป็นส่วนหนึ่งของวงจรหมุนเวียนของกระแสรายได้ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้หรือกระแสเงินเข้าในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสเงินออกในช่วงเวลานั้นเนื่องจากมีเงินบางส่วนถูกเก็บออมไว้ไม่ได้ใช้จ่ายออกไปทั้งนี้สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอย

นักจึงไม่ได้ใส่ความพยายามในการหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจัง 4.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชินเป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่เกิดจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจในครั้งก่อนๆจึงทำให้เกิดการแก้ปัญหาที่เหมือนเดิมจนทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิมๆเกิดเป็นความเคยชินกลายเป็นพฤติกรรมของความภักดีในตราแต่ถึงกระนั้นหากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทำการตัดสินใจใหม่ได้ 4.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันที

กันเนื่องจากผู้ประกันจะได้รับดอกผลเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงินเพียงแต่ ก มีวิธีการเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามการประกันชีวิตแม้ได้ผลตอบแทนค่า ก กว่าการลงทุนบางประเภทแต่นับว่าเป็นรายได้ที่แน่นอนและเชื่อมั่นได้ว่าต้นทุนไม่สูญหายไปด้วย ก 30 \ n2 . ด้านการออมการทำประกันชีวิตมีลักษณะคล้ายกับการออมแบบกึ่งบังคับ ก โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ซึ่งผู้เอาประกันจะต้องมีหน้าที่ในการจ่าย ก เบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอและหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิตเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์ ก กำหนดไว้ก็จะได้เงินคืนคืนพร้อมดอกเบี้ยนับได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้จ่ายยามชราก็ได้หรือออมไว้ ก เพื่อเก็บ

ได้รับรายได้ ก มาแล้วเมื่อนำไปหักภาษีออกรายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอย ก ได้จึงครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภคส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงิน ก สะสมเรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า "การออมทรัพย์" หากพิจารณาจะพบว่า การออมเปรียบ ก เป็นส่วนหนึ่งของวงจรหมุนเวียนของกระแสรายได้ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใด ก เวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสเงินเข้าในช่วงเวลานั้นสามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ ก ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงค่าใช้จ่ายและปริมาณการออมได้ดังนี้  $nY = S + C \ nY$  คือรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง  $nC$  คือค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค  $nS$  คือปริมาณการออม ก ตัววัดค่าพฤติกรรมออม:  $n$  สำหรับตัววัดค่าพฤติกรรมออมที่นิยมใช้กันคือ APS (Average Propensity to  $n$  Save : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่ารายได้ 1 หน่วยครัวเรือนจะทำการ ก ออมเก็บไว้เท่าไรบ่งชี้ให้ทราบถึงพฤติกรรมในการจัดสรรรายได้ไปในการออมของครัวเรือนและ  $nMPS$  (Marginal Propensity to Save : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม

ในการซื้อครั้งแรกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงและการซื้อ ก เกิดขึ้นไม่บ่อยนานๆจึงจะซื้ออีกครั้งหนึ่งมักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่มี ความคุ้นเคยจึง ก ต้องการศึกษารายละเอียดของข้อมูลมากและใช้เวลาในการตัดสินใจที่นานกว่าผลิตภัณฑ์ที่มี ก ความคุ้นเคยแล้ว ก พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving : LPS ) อันเป็นลักษณะ ก ของการตัดสินใจทางเลือกที่มีไม่ได้แตกต่างกับมากนักมีเวลาในการตัดสินใจไม่มากหรืออาจไม่มี ก คิดว่ามีความสำคัญมากจึงไม่ใส่ความพยายามในการหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจัง ก พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชินเป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่เกิดมาจาก ก ความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจากการแก้ไขในครั้งก่อนๆจึงทำการแก้ปัญหาเหมือนเดิมที่สามารถ ก สร้างความพึงพอใจได้จนทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิมๆเกิดเป็นความเคยชินแล้วกลายเป็น ก พฤติกรรมของความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ ( Brand Loyalty ) หรืออีกสาเหตุหนึ่งอาจมาจากการเกิด ก ความเฉื่อย ( Inertia ) ของผู้บริโภคที่จะต้องเริ่มศึกษาหรือแก้ปัญหาใหม่ทุกครั้งจึงใช้วิธีการใช้ความ ก เคยชินแต่ถึงกระนั้นหากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลง