

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของแรงงานสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำประกันชีวิต” ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จะพิจารณาข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย อาชีพ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ตั้งแต่ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ประกอบไปด้วย ความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการทำประกันชีวิต ความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการทำประกันชีวิต และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการทำประกันชีวิตสำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วและผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ตั้งแต่ตารางที่ 8 ถึงตารางที่ 28

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต

ประกอบด้วยการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตในด้านความรู้ ความรู้สึกโดยจำแนกตามพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการทำประกันชีวิตสำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วและผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต ตั้งแต่ตารางที่ 29 ถึงตารางที่ 30

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นายจ้าง	4	2.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	9.0
พนักงานบริษัทเอกชน	66	33.0
ทำงานส่วนตัว	38	19.0
ช่วยธุรกิจครอบครัว	74	37.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ช่วยธุรกิจครอบครัวมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และทำงานส่วนตัว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 30 ปี	88	44.0
31 - 40 ปี	59	29.5
41 - 50 ปี	33	16.5
51 - 60 ปี	20	10.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 18 - 30 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	101	50.5
สมรส	80	40.0
หย่า, ม่าย	19	9.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเป็นม่าย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่สมรสจำแนกตามจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	7	8.8
1	31	38.8
2	29	36.2
3	9	11.2
4	4	5.0
รวม	80	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว 80 คน

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้วมีบุตร 1 คน มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ มีบุตร 2 คน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และมีบุตร 3 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นม่ายและหย่าจำแนกตามจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	6	31.6
1	11	57.9
2	2	10.5
รวม	19	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นม่ายและหย่า 19 คน

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นม่ายและหย่าส่วนใหญ่มีบุตร 1 คน มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ไม่มีบุตรเลย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และมีบุตร 2 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	6	3.0
ประถมศึกษา	20	10.0
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	23	11.5
อนุปริญญา หรือ ปวส.	35	17.5
ปริญญาตรี	95	47.5
สูงกว่าปริญญาตรี	21	10.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30	15.0
5,001 - 10,000 บาท	66	33.0
10,001 - 15,000 บาท	46	23.0
15,001 - 20,000 บาท	26	13.0
20,001 บาท ขึ้นไป	32	16.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตที่คิดว่าตนเองมี

ความรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตของตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	7	3.5
มาก	34	17.0
ปานกลาง	119	59.5
น้อย	33	16.5
น้อยที่สุด	7	3.5
รวม	200	100.0
ค่าเฉลี่ย	3.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดว่าตนเองมีความรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ปัจจัย	ความรู้ที่มีต่อการทำประกันชีวิต			
	ทราบ		ไม่ทราบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เมื่อทำการประกันชีวิตแล้วจะได้รับการคุ้มครอง ในกรณีที่เกิดการเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ ได้รับอุบัติเหตุ เจ็บไข้ได้ป่วยโดย จะได้รับค่าชดเชยต่าง ๆ และค่ารักษาพยาบาล ตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันชีวิต	183	91.5	17	8.5
2. กรมธรรม์ประกันชีวิตมี 4 แบบ ดังนี้ การ ประกันแบบชั่วระยะเวลา การประกันแบบ ตลอดชีพ การประกันแบบสะสมทรัพย์ และ การประกันแบบเงินได้ประจำ	121	60.5	79	39.5
3. การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้ แก่ครอบครัว	185	92.5	15	7.5
4. การทำประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ใน อนาคต	171	85.5	29	14.5
5. การทำประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนา สังคม โดยเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว	141	70.5	59	29.5
6. บริษัทประกันชีวิตเป็นบริษัทที่มีความมั่นคง และดำเนินการภายใต้การควบคุมโดยกรมการ ประกันภัย กระทรวงพาณิชย์	147	73.5	53	26.5
7. ปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตบางแห่ง ได้จัดทำ กรมธรรม์ประกันชีวิตเฉพาะผู้หญิง	125	62.5	75	37.5
8. ค่าเบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษี เงินได้ประจำปีได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อปี	154	77.0	46	23.0
9. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันมีหลายแบบ ได้แก่ รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี	170	85.0	30	15.0

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ปัจจัย	ความรู้ที่มีต่อการทำประกันชีวิต			
	ทราบ		ไม่ทราบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10.บริษัทประกันชีวิตเป็นบริษัทที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียง ความมั่นคง มีฐานะการเงินดี และมีสาขาทั่วประเทศสามารถติดต่อได้ง่าย	165	82.5	35	17.5
11.บริษัทประกันชีวิตมีตัวแทนประกันชีวิตจำนวนมากที่มีความสามารถในการอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่ายและให้บริการลูกค้าจนเป็นที่พอใจ	172	86.0	28	14.0
12.พนักงานขายประกันชีวิตจะต้องผ่านการอบรมจากบริษัทและสอบเพื่อรับใบอนุญาตประกอบอาชีพจากกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์	153	76.5	47	23.5
13.บริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ	172	86.0	28	14.0
14.การทำประกันชีวิตมีขั้นตอนหลายขั้นตอน เช่น การตรวจสอบสุขภาพมากขึ้น เมื่อต้องการวงเงินประกันสูง หรือเบี้ยประกันเพิ่มเมื่อตรวจพบโรคบางอย่างเช่น ความดันโลหิต หรือการปฏิเสธการทำประกัน เป็นต้น	165	82.5	35	17.5
15.การเรียกร้องค่าสินไหมหรือค่าชดเชยจากบริษัทประกันชีวิตต้องผ่านการตรวจสอบจากบริษัทก่อน บางกรณีอาจต้องใช้เวลาในการตรวจสอบนาน	162	81.0	38	19.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ว่า การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 เป็นอันดับแรก ส่วนรองลงมาคือ เมื่อทำประกันชีวิตแล้วจะได้รับความคุ้มครองในกรณีที่เกิดการเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะทุพพลภาพ ได้รับอุบัติเหตุ เจ็บไข้ได้ป่วยโดยจะได้รับความช่วยเหลือต่าง ๆ และค่ารักษาพยาบาล ตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 และบริษัทประกันชีวิตมีตัวแทนประกันชีวิตจำนวนมากที่มีความสามารถในการอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่ายและให้บริการลูกค้าจนเป็นที่พอใจ และบริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ มีจำนวนเท่ากันเท่ากับ 172 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้ว่า การทำประกันชีวิตมีกรมธรรม์ประกันชีวิตมี 4 แบบ คือ การประกันแบบชั่วระยะเวลา, การประกันแบบตลอดชีพ, การประกันแบบสะสมทรัพย์ และการประกันแบบเงินได้ประจําเป็น มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 เป็นอันดับแรก ส่วนรองลงมาคือ ความรู้ว่าปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตบางแห่ง ได้จัดทำกรมธรรม์ประกันชีวิตเฉพาะผู้หญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และการทำประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ยความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ตนเอง	52 (26.0)	117 (58.5)	29 (14.5)	2 (1.0)	-	4.10 เห็นด้วย
2. การประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว	58 (29.0)	114 (57.0)	26 (13.0)	2 (1.0)	-	4.14 เห็นด้วย
3. การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ในอนาคต	52 (26.0)	119 (59.5)	26 (13.0)	3 (1.5)	-	4.10 เห็นด้วย
4. การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ที่คุ้มค่าและปลอดภัย	44 (22.0)	95 (47.5)	50 (25.0)	11 (5.5)	-	3.86 เห็นด้วย
5. การประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นใจในเรื่องการมีค่ารักษาพยาบาลยามเจ็บป่วย	61 (30.5)	114 (57.0)	22 (11.0)	3 (1.5)	-	4.17 เห็นด้วย
6. การประกันชีวิตทำให้มีหลักประกันด้านรายได้เมื่อเจ็บป่วยและไม่สามารถทำงานได้	58 (29.0)	110 (55.0)	25 (12.5)	7 (3.5)	-	4.10 เห็นด้วย
7. การประกันชีวิตเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยหรือเงินปันผลสูงกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่น	38 (19.0)	74 (37.0)	68 (34.0)	19 (9.5)	1 (0.5)	3.65 เห็นด้วย
8. การประกันชีวิตเป็นหลักประกันเพื่อใช้กู้เงินจากสถาบันการเงิน	30 (15.0)	65 (32.5)	81 (40.5)	22 (11.0)	2 (1.0)	3.50 เห็นด้วย
9. การจ่ายเบี้ยประกันชีวิตช่วยลดภาระด้านภาษีเงินได้ลง	39 (19.5)	87 (43.5)	59 (29.5)	14 (7.0)	1 (0.5)	3.75 เห็นด้วย
10. การทำประกันชีวิตเป็นการแข่งตัวเอง	-	18 (9.0)	41 (20.5)	70 (35.0)	71 (35.5)	2.03 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
11. การทำประกันชีวิตเป็นการระดมค่าใช้จ่ายให้แก่ตนเองยาวนานเกินไป	6 (3.0)	66 (33.0)	53 (26.5)	53 (26.5)	22 (11.0)	2.91 เฉย ๆ
12. ไม่มีความมั่นใจในบริษัทประกันชีวิต	6 (3.0)	27 (13.5)	92 (46.0)	51 (25.5)	24 (12.0)	2.70 เฉย ๆ
13. ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องทำประกันชีวิต	7 (3.5)	25 (12.5)	80 (40.0)	56 (28.0)	32 (16.0)	2.60 เฉย ๆ

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
14. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับ บุคคลที่มีฐานะทางการเงินปานกลาง หรือน้อย แต่ไม่เหมาะสมกับบุคคล ที่มีฐานะทางการเงินดี	1 (0.5)	34 (17.0)	46 (23.0)	91 (45.5)	28 (14.0)	2.44 ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย
15. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับ บุคคลที่มีครอบครัวเท่านั้น	2 (1.0)	31 (15.5)	43 (21.5)	88 (44.0)	36 (18.0)	2.38 ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย
16. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับ บุคคลที่มีความมั่นคงทางหน้าที่ การงานแล้วเท่านั้น	7 (3.5)	49 (24.5)	39 (19.5)	80 (40.0)	25 (12.5)	2.67 เฉย ๆ
17. การทำประกันชีวิตไม่เหมาะสมสำหรับ บุคคลที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	2 (1.0)	27 (13.5)	54 (17.0)	84 (42.0)	33 (16.5)	2.40 ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย
18. แบบประกันและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มี ในปัจจุบันเป็นที่พึงพอใจแล้ว	7 (3.5)	55 (27.5)	76 (38.0)	45 (22.5)	17 (8.5)	2.95 เฉย ๆ

จากตารางที่ 10 พบว่าความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีต่อการทำประกันชีวิต ในระดับเห็นด้วยในเรื่องต่าง ๆ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นใจในเรื่องการมีค่ารักษาพยาบาลยามเจ็บป่วย การประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ตนเอง การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ในอนาคต การประกันชีวิตทำให้มีหลักประกันด้านรายได้เมื่อเจ็บป่วยและไม่สามารถทำงานได้ การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ที่คุ้มค่าและปลอดภัย การจ่ายเบี้ยประกันชีวิตช่วยลดภาระด้านภาษีเงินได้ลง การประกันชีวิตเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยหรือเงินปันผลสูงกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่น และการประกันชีวิตเป็นหลักประกันเพื่อใช้กู้เงินจากสถาบันการเงิน

ส่วนความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีต่อการทำประกันชีวิตอยู่ในระดับเฉย ๆ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ แบบประกันและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีในปัจจุบันเป็นที่พึงพอใจแล้ว การทำประกันชีวิตเป็นภาระด้านค่าใช้จ่ายให้แก่ตนเองยาวนานเกินไป ไม่มี

ความมั่นใจในบริษัทประกันชีวิต การทำประกันชีวิตเหมาะสำหรับบุคคลที่มีความมั่นคงทางหน้าที่
การงานแล้วเท่านั้น และไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องทำประกันชีวิต

ส่วนความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีต่อการทำประกันชีวิตอยู่ในระดับค่อนข้างไม่
เห็นด้วย โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การทำประกันชีวิตเหมาะสำหรับ
บุคคลที่มีฐานะทางการเงินปานกลางหรือน้อย แต่ไม่เหมาะสมกับบุคคลที่มีฐานะทางการเงินดี
การทำประกันชีวิตเหมาะสำหรับบุคคลที่มีครอบครัวเท่านั้น การทำประกันชีวิตไม่เหมาะสำหรับ
บุคคลที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ และการทำประกันชีวิตเป็นการแข่งตัวเอง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำประกันชีวิต

การทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ทำประกันชีวิต	108	54.0
ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	92	46.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำประกันชีวิต จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามเหตุผลที่มีผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

เหตุผลที่มีผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง	16	14.8
ความหวังใยในอนาคตของครอบครัว	30	27.8
หวังใยตัวเอง	8	7.4
ตระหนักในความจำเป็น	16	14.8
เป็นเรื่องดีและคิดที่จะทำมานานแล้ว	5	4.6
เกรงใจตัวแทน	6	5.6
เห็นถึงประโยชน์เมื่อเจ็บป่วย	20	18.5
ลดความเสี่ยงทางการเงินในอนาคต	6	5.6
ผู้ปกครองทำให้ตั้งแต่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	1	0.9
รวม	108	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 12 พบว่าเหตุผลที่มีผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วคือความหวังใยในอนาคตของครอบครัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือเห็นถึงประโยชน์เมื่อเจ็บป่วย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และคิดว่าเป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่งและตระหนักในความจำเป็น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามการมี
กรรมธรรม์ประกันชีวิต

กรรมธรรม์ประกันชีวิต (ฉบับ)	จำนวน	ร้อยละ
1	79	73.1
2	22	20.4
3	4	3.7
มากกว่า 3	3	2.8
รวม	108	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ประกันชีวิต
สำหรับตัวเอง 1 ฉบับ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ มีกรรมธรรม์ประกัน
ชีวิตจำนวน 2 ฉบับ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตจำนวน 3
ฉบับ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามแหล่งข้อมูล
ที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุด

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ทีวี	-	-
สิ่งพิมพ์โฆษณา	2	1.9
บริษัทประกันชีวิต	16	14.8
ตัวแทนประกันชีวิต	44	40.7
เพื่อน	5	4.6
ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว	29	26.9
ญาติพี่น้อง	12	11.1
รวม	108	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วคิดว่าตัวแทนประกันชีวิตเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุดมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 แหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตรองลงมาคือ ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และบริษัทประกันชีวิต จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามบุคคลที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตมากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จะทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	24	22.2
คู่สมรส	14	13.0
ญาติพี่น้อง	10	9.3
บุตร	14	13.0
เพื่อน	8	7.4
ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว	16	14.8
ตัวแทนประกันชีวิต	12	11.1
ตนเอง	10	9.3
รวม	108	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วคิดว่าบิดา/มารดา คือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตรองลงมาคือ ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และคู่สมรสและบุตร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด

สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับการติดต่อจากตัวแทน	22	20.4
ข่าวสารอุบัติเหตุจากสื่อมวลชน	14	13.0
การชี้แนะจากญาติพี่น้องและเพื่อน	40	37.0
เกรงใจตัวแทน	10	9.3
การรบเร้าจากครอบครัว	20	18.5
จากโฆษณาทางโทรทัศน์	1	0.9
จากโฆษณาทางสิ่งพิมพ์	1	0.9
รวม	108	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วคิดว่าการชี้แนะจากญาติพี่น้องและเพื่อนเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตรองลงมาคือ ได้รับการติดต่อจากตัวแทน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และการรบเร้าจากครอบครัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วจำแนกตามความคิดที่จะทำประกันชีวิตเพิ่มในอนาคต

ความคิดที่จะทำประกันชีวิตเพิ่มในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ทำแน่นอน	10	9.3
อาจจะทำ	34	31.5
ไม่แน่ใจ	31	28.7
อาจจะไม่ทำ	21	19.4
ไม่ทำแน่นอน	12	11.1
รวม	108	100.0
เฉลี่ย	2.92	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คน

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วคิดว่าจะทำประกันชีวิตเพิ่มในอนาคตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.92

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนจำแนกตามแบบประกันชีวิตที่สนใจ

แบบประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
แบบชั่วระยะเวลา	1	2.3
แบบตลอดชีพ	2	4.5
แบบสะสมทรัพย์	27	61.4
แบบเงินได้ประจำ	14	31.8
รวม	44	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วและอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอน 44 คน

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตแน่นอนส่วนใหญ่สนใจแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ สนใจแบบเงินได้ประจำ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิต หรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนจำแนกตามบริษัทที่จะทำประกันชีวิต

บริษัทที่จะทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ทำกับบริษัทเดิม	31	70.5
ทำกับบริษัทใหม่	13	29.5
รวม	44	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วและอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอน 44 คน

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนส่วนใหญ่จะทำประกันชีวิตกับบริษัทเดิม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ จะทำประกันชีวิตกับบริษัทใหม่ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิต หรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนจำแนกตามเหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเดิม

เหตุผลที่เลือกทำกับบริษัทเดิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียงบริษัทเป็นที่รู้จักดี	17	54.8
นโยบายบริษัทตรงกับความต้องการ	7	22.6
ฐานะทางการเงินมั่นคง	16	51.6
ให้บริการดีและรวดเร็ว	9	29.0
ให้ความคุ้มครองสูงกว่าบริษัทอื่น	4	12.9
มีแบบกรมธรรม์ให้เลือกมาก	2	6.5
ผลตอบแทนสูง	3	9.7
บริษัทมีตัวแทนที่ดี	9	29.0
มีส่วนลดที่ได้รับจากตัวแทน	1	3.2
มีญาติหรือเพื่อนทำงานอยู่	3	9.7

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนจำแนกตามเหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเดิม 31 คน

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมแน่นอนส่วนใหญ่จะเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทเดิมเพราะชื่อเสียงบริษัทเป็นที่รู้จักดี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ ฐานะทางการเงินของบริษัทเดิมมั่นคง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 และบริษัทมีตัวแทนที่ดีให้บริการดีและรวดเร็ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมบนจําแนกตามเหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทใหม่

เหตุผลที่เลือกทำกับบริษัทใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียงบริษัทเป็นที่รู้จักดี	3	23.1
นโยบายบริษัทตรงกับความต้องการ	2	15.4
ฐานะทางการเงินมั่นคง	5	38.5
ให้บริการดีและรวดเร็ว	4	30.8
ให้ความคุ้มครองสูงกว่าบริษัทอื่น	5	38.5
มีตัวแทนที่ดี	4	30.8
ผลตอบแทนสูง	5	38.5
บริษัทมีตัวแทนที่ดี	4	30.8
มีส่วนลดที่ได้รับจากตัวแทน	-	-
มีญาติหรือเพื่อนทำงานอยู่	2	15.4
เมื่อบริษัทเดิม	1	7.7

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมบนจําแนกตามเหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทใหม่ 13 คน

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วอาจจะทำประกันชีวิตหรือทำประกันชีวิตเพิ่มเติมบนจําแนกตามเหตุผลที่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทใหม่เพราะฐานะทางการเงินที่มั่นคง ให้ความคุ้มครองสูงกว่าบริษัทอื่นและให้ผลตอบแทนสูงเป็นจำนวนมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ซึ่งเท่ากับเหตุผลด้านให้ผลตอบแทนสูง รองลงมาคือ บริษัทใหม่มีตัวแทนที่ดี มีตัวแทนที่ดี ให้บริการดีและรวดเร็ว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามเหตุผล
ที่มีผลในการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิต

เหตุผลที่มีผลในการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
รายได้จำกัด	39	42.4
ไม่จำเป็น	14	15.2
ภาระผูกพันยาวนานเกินไป	23	25.0
ตัวแทนไม่น่าไว้วางใจ	3	3.3
ครอบครัวมีความมั่นคงเพียงพอแล้ว	6	6.5
เป็นการซื้อสินค้าที่ไม่มีตัวตน	4	4.3
แบบประกันชีวิตไม่ตรงกับความต้องการ	3	3.3
รวม	92	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 22 พบว่าเหตุผลที่มีผลในการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคือรายได้จำกัดมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ ภาระผูกพันยาวนานเกินไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และไม่จำเป็น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามความสนใจในการทำประกันชีวิต

ความสนใจในการทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	2	2.2
มาก	13	14.1
ปานกลาง	43	46.7
น้อย	24	26.1
น้อยที่สุด	10	10.9
รวม	92	100.0
ค่าเฉลี่ย	3.29	ปานกลาง

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตมีความสนใจในการทำประกันชีวิต โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.29

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามความคิดที่จะทำประกันชีวิตในอนาคต

ความคิดที่จะทำประกันชีวิตในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ทำแน่นอน	8	8.7
อาจจะทำ	24	26.1
ไม่แน่ใจ	30	32.6
อาจจะไม่ทำ	17	18.5
ไม่ทำแน่นอน	13	14.1
รวม	92	100.0
ค่าเฉลี่ย	3.03	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าจะทำประกันชีวิตในอนาคตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.03

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุด

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ทีวี	5	5.4
สิ่งพิมพ์โฆษณา	1	1.1
บริษัทประกันชีวิต	10	10.9
ตัวแทนประกันชีวิต	43	46.7
เพื่อน	5	5.4
ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว	21	22.8
ญาติพี่น้อง	7	7.6
รวม	92	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าตัวแทนประกันชีวิตเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และบริษัทประกันชีวิตเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตมากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จะทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	20	21.7
คู่สมรส	13	14.1
ญาติพี่น้อง	9	9.8
บุตร	10	10.9
เพื่อน	4	4.3
ผู้ที่ทำประกันชีวิตอยู่แล้ว	12	13.0
ตัวแทนประกันชีวิต	17	18.5
ตนเอง	7	7.6
รวม	92	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าบิดา/มารดา คือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตมากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะทำประกันชีวิตรองลงมาคือตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และคู่สมรส จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามสิ่ง
กระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด

สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจ ที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับการติดต่อจากตัวแทน	14	15.2
ข่าวสารอุบัติเหตุจากสื่อมวลชน	22	23.9
การชี้แนะจากญาติพี่น้องและเพื่อน	23	25.0
เกรงใจตัวแทนประกันชีวิต	16	17.4
การรีบร้อนจากครอบครัว	14	15.2
จากโฆษณาทางโทรทัศน์	1	1.1
จากโฆษณาทางสิ่งพิมพ์	2	2.2
รวม	92	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคิดว่าการชี้แนะจากญาติพี่น้องและเพื่อนเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทำประกันชีวิตมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนรองลงมาคือ ข่าวสารอุบัติเหตุจากสื่อมวลชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และเกรงใจตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำแนกตามแบบประกันชีวิตที่สนใจ

แบบประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
แบบชั่วระยะเวลา	9	9.8
แบบตลอดชีพ	16	17.4
แบบสะสมทรัพย์	57	62.0
แบบเงินได้ประจำ	10	10.9
รวม	92	100.0

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่สนใจแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ สนใจแบบตลอดชีพ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และแบบเงินได้ประจำ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วและผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ทำประกันชีวิตแล้วและยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ปัจจัย	การทำประกันชีวิต			
	ทำประกันชีวิต		ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	
	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
1. เมื่อทำการประกันชีวิตแล้วจะได้รับการคุ้มครอง ในกรณีที่เกิดการเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ ได้รับอุบัติเหตุ เจ็บไข้ได้ป่วยโดย จะได้รับค่าชดเชยต่าง ๆ และค่ารักษาพยาบาล ตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันชีวิต	99 (91.67)	9 (8.33)	84 (91.30)	8 (8.70)
2. กรมธรรม์ประกันชีวิตมี 4 แบบ ดังนี้ การ ประกันแบบชั่วระยะเวลา การประกันแบบ ตลอดชีพ การประกันแบบสะสมทรัพย์ และ การประกันแบบเงินได้ประจำ	79 (73.15)	29 (26.85)	42 (45.65)	50 (54.35)
3. การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้ แก่ครอบครัว	104 (96.30)	4 (3.70)	81 (88.04)	11 (11.96)
4. การทำประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ใน อนาคต	99 (91.67)	9 (8.33)	72 (78.26)	20 (21.74)
5. การทำประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนา สังคม โดยเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว	86 (79.63)	22 (20.37)	55 (59.78)	37 (40.22)
6. บริษัทประกันชีวิตเป็นบริษัทที่มีความมั่นคง และดำเนินการภายใต้การควบคุมโดยกรมการ ประกันภัย กระทรวงพาณิชย์	90 (83.33)	18 (16.67)	57 (61.96)	35 (38.04)
7. ปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตบางแห่ง ได้จัดทำ กรมธรรม์ประกันชีวิตเฉพาะผู้หญิง	74 (68.52)	34 (31.48)	51 (55.43)	41 (44.57)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผู้ทำประกันชีวิตแล้วและยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ปัจจัย	การทำประกันชีวิต			
	ทำประกันชีวิต		ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	
	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
8. ค่าเบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อปี	93 (86.11)	15 (13.89)	61 (66.30)	31 (33.70)
9. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันมีหลายแบบ ได้แก่ รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี	101 (93.52)	7 (6.48)	69 (75.00)	23 (25.00)
10. บริษัทประกันชีวิตเป็นบริษัทที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียง ความมั่นคง มีฐานะการเงินดี และมีสาขาทั่วประเทศสามารถติดต่อได้ง่าย	95 (87.96)	13 (12.04)	70 (76.09)	22 (23.91)
11. บริษัทประกันชีวิตมีตัวแทนประกันชีวิตจำนวนมากที่มีความสามารถในการอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่ายและให้บริการลูกค้าจนเป็นที่พอใจ	98 (90.74)	10 (9.26)	74 (80.43)	18 (19.57)
12. พนักงานขายประกันชีวิตจะต้องผ่านการอบรมจากบริษัทและสอบเพื่อรับใบอนุญาตประกอบอาชีพจากกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์	93 (86.11)	15 (13.89)	60 (65.22)	32 (34.78)
13. บริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ	100 (92.59)	8 (7.41)	72 (78.26)	20 (21.74)
14. การทำประกันชีวิตมีขั้นตอนหลายขั้นตอน เช่น การตรวจสอบสุขภาพมากขึ้น เมื่อต้องการวงเงินประกันสูง หรือเบี้ยประกันเพิ่มเมื่อตรวจพบโรคบางอย่างเช่น ความดันโลหิต หรือการปฏิเสธการทำประกัน เป็นต้น	98 (90.74)	10 (9.26)	67 (72.83)	25 (27.17)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผู้ทำประกันชีวิตแล้วและยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ปัจจัย	การทำประกันชีวิต			
	ทำประกันชีวิต		ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต	
	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
15.การเรียกร้องค่าสินไหมหรือค่าชดเชยจากบริษัท ประกันชีวิตต้องผ่านการตรวจสอบจากบริษัท ก่อน บางกรณีอาจต้องใช้เวลาในการตรวจสอบ นาน	95 (87.96)	13 (12.04)	67 (72.83)	25 (27.17)

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คนและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำ
ประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจการทำประกันชีวิตมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว รองลงมา คือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันมีหลายแบบ ได้แก่ รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี และ บริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ

กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วส่วนใหญ่ไม่ทราบเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตบางแห่ง ได้จัดทำกรมธรรม์ประกันชีวิตเฉพาะผู้หญิง รองลงมาคือ กรมธรรม์ประกันชีวิตมี 4 แบบ ดังนี้ การประกันแบบชั่วระยะเวลา การประกันแบบตลอดชีพ การประกันแบบสะสมทรัพย์ และการประกันแบบเงินได้ประจำ และการทำประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว

กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตพบว่ามีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกัน คือ เมื่อทำการประกันชีวิตแล้วจะได้รับการคุ้มครองในกรณีที่เกิดการเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ ได้รับอุบัติเหตุ เจ็บไข้ได้ป่วย โดยจะได้รับค่าชดเชยต่าง ๆ และค่ารักษาพยาบาลตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันชีวิต รองลงมาคือ การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว และบริษัทประกันชีวิตมีตัวแทนประกันชีวิตจำนวนมากที่มีความสามารถในการอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่ายและให้บริการลูกค้าจนเป็นที่พอใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ไม่ทราบเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ กรมธรรม์ประกันชีวิตมี 4 แบบ ดังนี้ การประกันแบบชั่วระยะเวลา การประกันแบบตลอดชีพ การประกันแบบสะสมทรัพย์ และการประกันแบบเงินได้ประจำ รองลงมาคือ ปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตบางแห่ง ได้จัดทำกรมธรรม์ประกันชีวิตเฉพาะผู้หญิง และการทำประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว

จากการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วมีส่วนการมีความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตในทุกๆ ด้าน

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วและผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต	การทำประกันชีวิต	
	ทำประกันชีวิต	ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต
1. การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ตนเอง	4.20 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)
2. การประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว	4.31 (เห็นด้วย)	3.60 (เห็นด้วย)
3. การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ในอนาคต	4.22 (เห็นด้วย)	3.65 (เห็นด้วย)
4. การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ที่คุ้มค่าและปลอดภัย	3.89 (เห็นด้วย)	3.62 (เห็นด้วย)
5. การประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นใจในเรื่องการมีค่ารักษาพยาบาลยามเจ็บป่วย	4.15 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)
6. การประกันชีวิตทำให้มีหลักประกันด้านรายได้เมื่อเจ็บป่วยและไม่สามารถทำงานได้	4.11 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)
7. การประกันชีวิตเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยหรือเงินปันผลสูงกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่น	3.79 (เห็นด้วย)	3.45 (เฉยๆ)
8. การประกันชีวิตเป็นหลักประกันเพื่อใช้กู้เงินจากสถาบันการเงิน	3.55 (เห็นด้วย)	3.21 (เฉยๆ)
9. การจ่ายเบี้ยประกันชีวิตช่วยลดภาระด้านภาษีเงินได้ลง	3.97 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)
10. การทำประกันชีวิตเป็นการแข่งตัวเอง	1.20 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	1.70 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)
11. การทำประกันชีวิตเป็นภาระด้านค่าใช้จ่ายให้แก่ตนเองยาวนานเกินไป	2.10 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)
12. ไม่มี ความมั่นใจในบริษัทประกันชีวิต	2.65 (เฉยๆ)	2.75 (เฉยๆ)
13. ไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องทำประกันชีวิต	2.40 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	2.55 (เฉยๆ)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้
ที่ทำประกันชีวิตแล้วและผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต

ความรู้สึกที่มีต่อการทำประกันชีวิต	การทำประกันชีวิต	
	ทำประกันชีวิต	ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต
14. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับบุคคลที่มีฐานะทาง การเงินปานกลางหรือน้อย แต่ไม่เหมาะสมกับบุคคลที่มี ฐานะทางการเงินดี	2.30 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	2.35 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)
15. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับบุคคลที่มีครอบครัว เท่านั้น	2.28 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	2.47 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)
16. การทำประกันชีวิตเหมาะสมสำหรับบุคคลที่มีความมั่น คงทางหน้าที่การงานแล้วเท่านั้น	2.35 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	3.35 (เฉยๆ)
17. การทำประกันชีวิตไม่เหมาะสมสำหรับบุคคลที่ยังไม่ บรรลุนิติภาวะ	2.08 (ค่อนข้างไม่เห็นด้วย)	3.10 (เฉยๆ)
18. แบบประกันและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีในปัจจุบันเป็นที่ พึงพอใจแล้ว	2.91 (เฉยๆ)	2.75 (เฉยๆ)

หมายเหตุ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้ว 108 คนและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิต 92 คน

จากตารางที่ 30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วมีความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิต
มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยว่า การทำประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันให้แก่ครอบครัว รองลง
มาคือ การประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ไว้ใช้ในอนาคต และการทำประกันชีวิตเป็นการสร้าง
หลักประกันให้แก่ตนเอง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วมีความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยในระดับ
เฉย ๆ ว่า แบบประกันและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีในปัจจุบันเป็นที่พึงพอใจแล้ว รองลงมาคือ ไม่มี
ความมั่นใจในบริษัทประกันชีวิต

กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วมีความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้าง
ไม่เห็นด้วยว่า ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องทำประกันชีวิต รองลงมาคือ การทำประกันชีวิต
เหมาะสมสำหรับบุคคลที่มีความมั่นคงทางหน้าที่การงานแล้วเท่านั้น และการทำประกันชีวิตเหมาะ
สำหรับบุคคลที่มีฐานะทางการเงินปานกลางหรือน้อยแต่ไม่เหมาะสมกับบุคคลที่มีฐานะทางการเงินดี

กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแล้วมีความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่
เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การทำประกันชีวิตเป็นการแข่งตัวเอง

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตมีความรู้สึกต่อการทำประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยใน
ระดับเห็นด้วยว่า การประกันชีวิตทำให้มีหลักประกันด้านรายได้เมื่อยามเจ็บป่วยและไม่สามารถ