บทที่ 4
ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำแบบการสอบถามลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำนวน 150 ราย และกลุ่มผู้ใช้บริการประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำนวน 150 ราย รวมทั้งสิ้น จำนวน 300 ราย ผลการศึกษามีดังนี้คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ เมื่อพิจารณาเพศของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงทำประกันชีวิตมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงมีความรู้สึกห่วงใยในความปลอดภัยของชีวิต และรักการออมมากกว่าเพศชาย

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.3 แสดงว่ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ทั้งหมดเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ส่วนกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 แสดงว่ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสทั้งหมดเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ดังนั้นจะเห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ตารางที่ 4.1)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 เพศของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส

เพศ	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	56	37.3	68	45.3	124	41.3
หญิง	94	62.7	82	54.7	176	58.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.2 อายุ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 46-60 ปี มากที่สุด จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 20-45 ปี จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.3 และมีอายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.7

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำนวน 150 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าระยะเวลาของการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตสั้น ได้รับผลตอบแทนคืนเร็ว เหมาะกับผู้ที่มีอายุมาก และมีช่วงอายุระหว่าง 20-45 ปีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำนวน 150 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-45 ปี จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 และมีช่วงอายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.7

ดังนั้นจะเห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 46-60 ปี เนื่องจากระยะเวลาชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตสั้นเพียง 6 ปี ทำให้ได้รับผลตอบแทนคืนเร็วกว่าการประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส และกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-35 ปี (ตารางที่ 4.2)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 อายุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส

อายุ	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-45 ปี	8	5.3	98	65.3	106	35.3
46-60 ปี	142	94.7	52	34.7	194	64.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.3 ระดับการศึกษา ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ขณะที่การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.มีจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4 ที่เหลือมีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.6 ขณะที่ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ขณะที่ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ดังนั้นจะเห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด และมีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. น้อยที่สุด (ตารางที่ 4.3)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษาของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส

ระดับการศึกษา	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมปลาย/ปวช.	4	2.7	5	3.3	9	3.0
อนุปริญญา/ปวส.	13	8.7	15	10.0	28	9.4
ปริญญาตรี	99	66.0	106	70.7	205	63.3
สูงกว่าปริญญาตรี	34	22.6	24	16.0	58	19.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.4 อาชีพ ลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด มีจำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ที่เหลือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4

ดังนั้นจะเห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด และกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด (ตารางที่ 4.4)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.4 อาชีพของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และ สตาร์ทเตอร์พลัส

อาชีพ	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30	20.0	29	19.3	59	19.7
พนักงานบริษัทเอกชน	32	21.3	89	59.3	121	40.3
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	88	58.7	32	21.3	120	40.0
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 30,001 บาท มากที่สุด จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมามีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้สูงกว่า 40,000 บาท จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมีรายได้ต่ำกว่า 30,001 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า มีระดับรายได้ต่ำกว่า 30,001 บาท จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมามีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ดังนั้นจะเห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่ มีระดับรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 40,000 บาท และกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 บาท แสดงว่ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส มีรายได้มากกว่ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส สามารถชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตซึ่งมีอัตราค่าเบี้ยประกันที่สูงกว่าการประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสได้ (ตารางที่ 4.5)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,001 บาท	20	13.3	128	85.3	148	49.3
30,001-40,000 บาท	35	23.3	8	5.3	43	14.3
สูงกว่า 40,000 บาท	95	63.3	14	9.3	109	36.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนโดยวิธีคิดมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนในอนาคตจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส แบบนิวเทรสเซอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่จะได้รับเมื่อครบกำหนดตามสัญญาของกรมธรรม์ จากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ใช้วิธีคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ โดยการหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (เงินคืนตามสัญญา) กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (ค่าเบี้ยประกันจ่าย) มีสูตรที่ใช้คำนวณดังนี้

$$NPV = PVB - PVC$$

$$\text{หรือ} = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^{t-1}} - \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^{t-1}}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยที่ NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

PVB คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวม

PVC คือ มูลค่าปัจจุบันของค่าเบี้ยประกันจ่าย

B_t คือ ผลตอบแทนต่อปี

C_t คือ ค่าเบี้ยประกันจ่ายต่อปี

r คือ อัตราดอกเบี้ยต่อปี

t คือ ปีกรมธรรม์ คือ ปีที่ 1, 2, 3….n

n คือ อายุของกรมธรรม์

หลักการตัดสินใจว่ากรมธรรม์ประกันชีวิตแต่ละแบบนั้น มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ พิจารณาได้จากค่าของ NPV ที่คำนวณได้จะต้องมีค่ามากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ มูลค่าของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของค่าเบี้ยประกันจ่ายรวม (PVB > PVC) แสดงว่ากรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนั้นๆ เหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน

4.2.1 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่ได้รับจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ผู้ซื้อกรมธรรม์ต้องชำระค่าเบี้ยประกันปีละ 43,500 บาท เป็นระยะเวลา 6 ปี หลังจากนั้นผู้ซื้อกรมธรรม์จะได้รับผลตอบแทนคืนทุก ๆ 2 ปี ๆ ละ 6,000 บาท ในปีที่ 2, 4, 6, 8, 10 และ 12 ตามลำดับ และจะได้รับผลตอบแทนคืนในปีที่ 14 (ปีสุดท้าย) อีกจำนวน 300,000 บาท อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน หรือ 1 ปี ในขณะนี้เท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี ดังนั้น สามารถคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่จะได้รับ ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^{t-1}} - \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^{t-1}}$$

$$PVC = \frac{43,500}{(1+0.02)^{1-1}} + \frac{43,500}{(1+0.02)^{2-1}} + \frac{43,500}{(1+0.02)^{3-1}} + \frac{43,500}{(1+0.02)^{4-1}} + \frac{43,500}{(1+0.02)^{5-1}} + \frac{43,500}{(1+0.02)^{6-1}}$$

$$= 43,500+42,647.06+41,810.84+40,991.02+40,187.28+39,399.29$$

$$= 248,535.50 \text{ บาท}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

$$PVB = \frac{6,000}{(1+0.02)^{2-1}} + \frac{6,000}{(1+0.02)^{4-1}} + \frac{6,000}{(1+0.02)^{6-1}} + \ldots\ldots + \frac{6,000}{(1+0.02)^{12-1}} + \frac{300,000}{(1+0.02)^{14-1}}$$

$$= 5,882.35+5,653.93+5,434.38+5,223.36+5,020.53+4,825.58+231,909.76$$

$$= 263,949.90 \text{ บาท}$$

$$NPV = PVB - PVC$$

$$= 263,949.90 - 248,535.50$$

$$= 15,414.40 \text{ บาท}$$

จากการคำนวณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า มีค่าเท่ากับ 15,414.40 บาท มากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสมีความคุ้มค่า (ตารางที่ 4.6)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่ได้รับจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าเบี้ยประกันรายปี	มูลค่าปัจจุบันของค่าเบี้ยประกัน (1)	ผลตอบแทน	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (2)	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (2) - (1)
1	43,500	43,500.00	-	-	-43,500.00
2	43,500	42,647.06	6,000	5,882.35	-36,764.71
3	43,500	41,810.84	-	-	-41,810.84
4	43,500	40,991.02	6,000	5,653.93	-35,337.09
5	43,500	40,187.28	-	-	-40,187.28
6	43,500	39,399.29	6,000	5,434.38	-33,964.91
7	-	-	-	-	-
8	-	-	6,000	5,223.36	5,223.36
9	-	-	-	-	-
10	-	-	6,000	5,020.53	5,020.53
11	-	-	-	-	-
12	-	-	6,000	4,825.58	4,825.58
13	-	-	-	-	-
14	-	-	300,000	231,909.76	231,909.76
รวม	261,000	248,535.50	336,000	263,949.90	**15,414.40**

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : อัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.2 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเทรสเชอร์พลัส

การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเทรสเชอร์พลัส ผู้ซื้อกรมธรรม์ต้องชำระค่าเบี้ยประกันปีละ 31,421 บาท เป็นระยะเวลา 15 ปี หลังจากนั้นผู้ซื้อกรมธรรม์จะได้รับผลตอบแทนคืนทุก ๆ 3 ปี ๆ ละ 15,000 บาท ในปีที่ 3, 6, 9, 12, 15, 18, 21 และ 24 ตามลำดับ และจะได้รับผลตอบแทนคืนในปีที่ 25 (ปีสุดท้าย) อีกจำนวน 450,000 บาท อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน หรือ 1 ปี ในขณะนี้เท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี ดังนั้น สามารถคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่จะได้รับ ดังนี้

$$PVC = \frac{31,421}{(1+0.02)^{1-1}} + \frac{31,421}{(1+0.02)^{2-1}} + \frac{31,421}{(1+0.02)^{3-1}} + \frac{31,421}{(1+0.02)^{4-1}} + \cdots\cdots + \frac{31,421}{(1+0.02)^{15-1}}$$

$$= 31,421+30,804.90+30,200.88+29,608.71+29,028.15+28,458.97+27,900.95+27,353.87+26,817.52+26,291.69+25,776.16+25,270.75+24,775.24+24,289.45+23,813.19$$

$$= 411,811.44 \text{ บาท}$$

$$PVB = \frac{15,000}{(1+0.02)^{3-1}} + \frac{15,000}{(1+0.02)^{6-1}} + \frac{15,000}{(1+0.02)^{9-1}} + \cdots\cdots \frac{15,000}{(1+0.02)^{24-1}} + \frac{450,000}{(1+0.02)^{25-1}}$$

$$= 14,417.53+13,585.96+12,802.36+12,063.95+11,368.13+10,712.44+10,094.57+9,512.34+279,774.67$$

$$= 374,331.94 \text{ บาท}$$

$$NPV = PVB - PVC$$

$$= 374,331.94 - 411,811.44$$

$$= -37,479.50 \text{ บาท}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการคำนวณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเทรสเชอร์พลัส พบว่า มีค่าเท่ากับ -37,479.50 บาท น้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเทรสเชอร์พลัส ไม่มีความคุ้มค่าในด้านตัวเงิน แต่การทำประกันชีวิต ผู้ซื้อกรมธรรม์จะได้รับความคุ้มครองจากความเสี่ยงที่อาจจะเสียชีวิตในช่วงที่ทำประกันชีวิต ซึ่งผู้ทำประกันชีวิตจะได้รับเงินทดแทนจากการเสียชีวิตเป็นจำนวน 3 เท่าของทุนประกัน (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเทรสเชอร์พลัส

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าเบี้ยประกันรายปี	มูลค่าปัจจุบันของค่าเบี้ยประกัน (1)	ผลตอบแทน	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (2)	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (2) - (1)
1	31,421	31,421.00	-	-	-31,421.00
2	31,421	30,804.90	-	-	-30,804.90
3	31,421	30,200.88	15,000	14,417.53	-15,783.35
4	31,421	29,608.71	-	-	-29,608.71
5	31,421	29,028.15	-	-	-29,028.15
6	31,421	28,458.97	15,000	13,585.96	-14,873.01
7	31,421	27,900.95	-	-	-27,900.95
8	31,421	27,353.87	-	-	-27,353.87
9	31,421	26,817.52	15,000	12,802.36	-14,015.17
10	31,421	26,291.69	-	-	-26,291.69
11	31,421	25,776.16	-	-	-25,776.16
12	31,421	25,270.75	15,000	12,063.95	-13,206.80
13	31,421	24,775.24	-	-	-24,775.24
14	31,421	24,289.45	-	-	-24,289.45
15	31,421	23,813.19	15,000	11,368.13	-12,445.07
16	-	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-
18	-	-	15,000	10,712.44	10,712.44
19	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-
21	-	-	15,000	10,094.57	10,094.57
22	-	-	-	-	-
23	-	-	-	-	-
24	-	-	15,000	9,512.34	9,512.34
25	-	-	450,000	279,774.67	279,774.67
รวม	471,315	411,811.44	570,000	374,331.94	**-37,479.50**

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : อัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.3 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ผู้ซื้อกรมธรรม์ต้องชำระค่าเบี้ยประกันปีละ 16,649 บาท เป็นระยะเวลา 15 ปี หลังจากนั้นผู้ซื้อกรมธรรม์จะได้รับผลตอบแทนคืนทุก ๆ 4 ปี ๆ ละ 6,000 บาท ในปีที่ 4, 8, 12, 16, 20 และ 24 ตามลำดับ และจะได้รับผลตอบแทนคืนในปีที่ 25 (ปีสุดท้าย) อีกจำนวน 285,000 บาท อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน หรือ 1 ปี ปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี ดังนั้น สามารถคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่จะได้รับ ดังนี้

$$PVC = \frac{16,649}{(1+0.02)^{1-1}} + \frac{16,649}{(1+0.02)^{2-1}} + \frac{16,649}{(1+0.02)^{3-1}} + \frac{16,649}{(1+0.02)^{4-1}} + \cdots\cdots + \frac{16,649}{(1+0.02)^{15-1}}$$

$$= 16,649+16,322.55+16,002.50+15,688.72+15,381.10+15,079.51+14,783.84+14,493.96+14,209.76+13,931.14+13,657.98+13,390.18+13,127.62+12,870.22+12,617.86$$

$$= 218,205.94 \text{ บาท}$$

$$PVB = \frac{6,000}{(1+0.02)^{4-1}} + \frac{6,000}{(1+0.02)^{8-1}} + \frac{6,000}{(1+0.02)^{12-1}} + \cdots\cdots \frac{6,000}{(1+0.02)^{24-1}} + \frac{285,000}{(1+0.02)^{25-1}}$$

$$= 5,653.93+5,223.36+4,825.58+4,458.09+4,118.58+3,804.94+177,190.62$$

$$= 205,275.11 \text{ บาท}$$

$$NPV = PVB - PVC$$

$$= 205,275.11 - 218,205.94$$

$$= -12,930.83 \text{ บาท}$$

จากการคำนวณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า มีค่าเท่ากับ -12,930.83 บาท น้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ไม่มีความคุ้มค่าในด้านตัวเงิน แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์จะได้รับผลประโยชน์ทางด้านความคุ้มครองจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ และความคุ้มครองจากความเสี่ยงที่อาจจะเสียชีวิตในช่วงที่ทำประกันชีวิต ซึ่งผู้ทำประกันชีวิตจะได้รับเงินทดแทนจากการเสียชีวิตเป็น 1.8 เท่า ของทุนประกัน (ตารางที่ 4.8)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.8 การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

ปีที่	ค่าเบี้ยประกันรายปี	มูลค่าปัจจุบันของค่าเบี้ยประกัน (1)	ผลตอบแทน	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (2)	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (2) - (1)
1	16,649	16,649.00	-	-	-16,649.00
2	16,649	16,322.55	-	-	-16,322.55
3	16,649	16,002.50	-	-	-16,002.50
4	16,649	15,688.72	6,000	5,653.93	-10,034.79
5	16,649	15,381.10	-	-	-15,381.10
6	16,649	15,079.51	-	-	-15,079.51
7	16,649	14,783.84	-	-	-14,783.84
8	16,649	14,493.96	6,000	5,223.36	-9,270.60
9	16,649	14,209.76	-	-	-14,209.76
10	16,649	13,931.14	-	-	-13,931.14
11	16,649	13,657.98	-	-	-13,657.98
12	16,649	13,390.18	6,000	4,825.58	-8,564.60
13	16,649	13,127.62	-	-	-13,127.62
14	16,649	12,870.22	-	-	-12,870.22
15	16,649	12,617.86	-	-	-12,617.86
16	-	-	6,000	4,458.09	4,458.09
17	-	-	-	-	-
18	-	-	-	-	-
19	-	-	-	-	-
20	-	-	6,000	4,118.58	4,118.58
21	-	-	-	-	-
22	-	-	-	-	-
23	-	-	-	-	-
24	-	-	6,000	3,804.94	3,804.94
25	-	-	285,000	177,190.62	177,190.62
รวม	249,735	218,205.94	321,000	205,275.11	**-12,930.83**

หน่วย : บาท

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : อัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 2.0 ต่อปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในรูปแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัสของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย การหักลดหย่อนภาษีเงินได้ ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต การเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ และระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุในอนาคต ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วย การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ และการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร

ในหัวข้อนี้เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลหรือไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลหรือไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยผลการศึกษาดังต่อไปนี้

4.3.1 ความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์

ความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ สามารถแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และยังทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ระหว่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้คือ (ตารางที่ 4.9)

อันดับที่ 1 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ผ่านพนักงานของธนาคาร ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ผ่านพนักงานของธนาคาร มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 1 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ผ่านพนักงานของธนาคาร มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตคิดเป็นร้อยละ 80.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ผ่านพนักงานของธนาคาร มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 83.3 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ผ่านพนักงานของธนาคาร ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 0.361 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 2 ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 2 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 78.0 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 85.3 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 2.694 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

อันดับ	ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	รวม	χ^2 (Sig.)
1	การส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานของธนาคาร				0.361
	นิวเซฟเวอร์พลัส	121 (80.7)	29 (19.3)	150 (100)	(0.548)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	125 (83.3)	25 (16.7)	150 (100)	
	รวม	246 (82.0)	54 (18.0)	300 (100)	
2	ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต				2.694
	นิวเซฟเวอร์พลัส	117 (78.0)	33 (22.0)	150 (100)	(0.101)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	128 (85.3)	22 (14.7)	150 (100)	
	รวม	245 (81.7)	55 (18.3)	300 (100)	
3	สิทธิประโยชน์ที่รับจากผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต				2.417
	นิวเซฟเวอร์พลัส	103 (68.7)	47 (31.3)	150 (100)	(0.120)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	
	รวม	218 (72.7)	82 (27.3)	300 (100)	
4	การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย				0.148
	นิวเซฟเวอร์พลัส	109 (72.7)	41 (27.3)	150 (100)	(0.701)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	106 (70.7)	44 (29.3)	150 (100)	
	รวม	215 (71.7)	85 (28.3)	300 (100)	
5	การส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ				1.933
	นิวเซฟเวอร์พลัส	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	(0.164)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
	รวม	211 (70.3)	89 (29.7)	300 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	รวม	χ^2 (Sig.)
6	ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต				51.292
	นิวเซฟเวอร์พลัส	124 (82.7)	26 (17.3)	150 (100)	(0.000)*
	สตาร์ทเตอร์พลัส	64 (42.7)	86 (57.3)	150 (100)	
	รวม	188 (62.7)	112 (37.3)	300 (100)	
7	ความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต				1.659
	นิวเซฟเวอร์พลัส	82 (54.7)	68 (45.3)	150 (100)	(0.198)
	สตาร์ทเตอร์พลัส	93 (62.0)	57 (38.0)	150 (100)	
	รวม	175 (58.3)	125 (41.7)	300 (100)	
8	สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้				33.820
	นิวเซฟเวอร์พลัส	109 (72.7)	41 (27.3)	150 (100)	(0.000)*
	สตาร์ทเตอร์พลัส	59 (39.3)	91 (60.7)	150 (100)	
	รวม	168 (56.0)	132 (44.0)	300 (100)	
9	สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากระยะเวลาของความคุ้มครองกรมธรรม์				36.111
	นิวเซฟเวอร์พลัส	52 (34.7)	98 (65.3)	150 (100)	(0.000)*
	สตาร์ทเตอร์พลัส	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
	รวม	156 (52.0)	144 (48.0)	300 (100)	
10	สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ				84.500
	นิวเซฟเวอร์พลัส	21 (14.0)	129 (86.0)	150 (100)	(0.000)*
	สตาร์ทเตอร์พลัส	99 (66.0)	51 (34.0)	150 (100)	
	รวม	120 (40.0)	180 (60.0)	300 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อันดับที่ 3 ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 3 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 68.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 16.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 2.417 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 4 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 72.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ70.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 0.148 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เห็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อันดับที่ 5 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 5 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 74.0 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสและแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 1.933 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 6 ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 6 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 82.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 57.3 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 51.292 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านระยะเวลาการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ชำระเบี้ยประกันชีวิต ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แสดงว่าผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ไม่ได้คำนึงถึงระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต

อันดับที่ 7 ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 7 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 54.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 62.0 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 1.659 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 8 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 8 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 72.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 60.7 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 33.820 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ไม่ได้คำนึงถึงการนำเอาค่าเบี้ยประกันที่ชำระไปหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้

อันดับที่ 9 ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 9 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 65.3 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตคิดเป็นร้อยละ 69.3 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 36.111 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

อันดับที่ 10 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากเป็นอันดับ 10 โดยผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 86.0 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสทั้งหมด ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 66.0 ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีค่าเท่ากับ 84.500 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เห็นว่าปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานธนาคาร ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต และปัจจัยสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ในระหว่างกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีความคิดเห็นแตกต่างกัน 4 ปัจจัย คือ

1) ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

2) ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

3) ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4) ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานของธนาคาร และปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต

สำหรับลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานของธนาคาร และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต

4.3.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในรูปแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

หัวข้อนี้ให้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยย่อยทั้งหมด 11 ปัจจัย มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลหรือไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ระหว่างลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ โดยการใช้สถิติไคว์สแควร์ (χ^2) ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้คือ

1) ปัจจัยด้านการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้

1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

1.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.440 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุ กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

1.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.489 มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

1.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.489 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	0.440
	46-60 ปี	104 (73.2)	38 (26.8)	142 (100)	(0.507)
	รวม	109 (72.7)	41 (27.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23 (76.7)	7 (23.3)	30 (100)	0.489
	พนักงานบริษัทเอกชน	22 (68.8)	10 (31.3)	32 (100)	(0.783)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	64 (75.3)	24 (27.3)	88 (100)	
	รวม	109 (72.7)	41 (27.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	16 (80.0)	4 (20.0)	20 (100)	0.837
	30,001 - 40,000 บาท	24 (68.6)	11 (31.4)	35 (100)	(0.658)
	สูงกว่า 40,000 บาท	69 (72.6)	26 (27.4)	95 (100)	
	รวม	109 (72.7)	41 (27.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

1.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.287 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ที่มีอายุน้อย ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

1.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.096 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

1.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.017 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.11)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	32 (32.7)	66 (67.3)	98 (100)	5.287
	46-60 ปี	27 (51.9)	25 (48.1)	52 (100)	(0.021)*
	รวม	59 (39.3)	91 (60.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12 (41.4)	17 (58.6)	29 (100)	0.096
	พนักงานบริษัทเอกชน	35 (39.3)	54 (60.7)	89 (100)	(0.953)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	12 (37.5)	20 (62.5)	32 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	48 (37.5)	80 (62.5)	128 (100)	0.017
	30,001 - 40,000 บาท	3 (37.5)	5 (62.5)	8 (100)	(0.991)
	สูงกว่า 40,000 บาท	5 (35.7)	9 (64.3)	14 (100)	
	รวม	56 (37.3)	94 (62.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2) ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต

2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

2.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.393 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็น ว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

2.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.203 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

2.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.941 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตาม กลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	7 (87.5)	1 (12.5)	8 (100)	1.393
	46-60 ปี	96 (67.6)	46 (32.4)	142 (100)	(0.238)
	รวม	103 (68.7)	47 (31.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23 (76.7)	7 (23.3)	30 (100)	1.203
	พนักงานบริษัทเอกชน	22 (68.8)	10 (31.3)	32 (100)	(0.548)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	58 (65.9)	30 (34.1)	88 (100)	
	รวม	103 (68.7)	47 (31.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	12 (60.0)	8 (40.0)	20 (100)	1.941
	30,001 - 40,000 บาท	27 (77.1)	8 (22.9)	35 (100)	(0.379)
	สูงกว่า 40,000 บาท	64 (67.4)	31 (32.6)	95 (100)	
	รวม	103 (68.7)	47 (31.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรมประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

2.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.211 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.196 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

2.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.456 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตาม กลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	74 (75.5)	24 (24.5)	98 (100)	0.211
	46-60 ปี	41 (78.8)	11 (21.2)	52 (100)	(0.646)
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20 (69.0)	9 (31.0)	29 (100)	1.196
	พนักงานบริษัทเอกชน	70 (78.7)	19 (21.3)	89 (100)	(0.550)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	25 (78.1)	7 (21.9)	32 (100)	
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	101 (78.9)	27 (21.1)	128 (100)	2.456
	30,001 - 40,000 บาท	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	(0.293)
	สูงกว่า 40,000 บาท	9 (64.3)	5 (35.7)	14 (100)	
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ

3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

3.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.849 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

3.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.345 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

3.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.112 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.14)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	2 (25.0)	6 (75.0)	8 (100)	0.849
	46-60 ปี	19 (13.4)	123 (86.6)	142 (100)	(0.357)
	รวม	21 (14.0)	129 (86.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 (26.7)	22 (73.3)	30 (100)	3.345
	พนักงานบริษัทเอกชน	5 (15.6)	27 (84.4)	32 (100)	(0.188)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	11 (12.5)	77 (87.5)	88 (100)	
	รวม	22 (14.7)	128 (85.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	3 (15.0)	17 (85.0)	20 (100)	1.112
	30,001 - 40,000 บาท	7 (20.0)	28 (80.0)	35 (100)	(0.574)
	สูงกว่า 40,000 บาท	12 (12.6)	83 (87.4)	95 (100)	
	รวม	22 (14.7)	128 (85.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

3.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.002 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยส่วนใหญ่ เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ที่มีอายุมาก ส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.098 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.5 ของกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนทั้งหมด แต่กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 58.6 ของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจทั้งหมด

3.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.122 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้น้อย ส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 70.3 ของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยทั้งหมด แต่กลุ่มที่มีรายได้สูง เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ สูงกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 ของกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาททั้งหมด (ตารางที่ 4.15)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	72 (73.5)	26 (26.5)	98 (100)	11.002
	46-60 ปี	24 (46.2)	28 (53.8)	52 (100)	(0.001)*
	รวม	96 (64.0)	54 (36.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12 (41.4)	17 (58.6)	29 (100)	8.098
	พนักงานบริษัทเอกชน	61 (68.5)	28 (31.5)	89 (100)	(0.017)*
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23 (71.9)	9 (28.1)	32 (100)	
	รวม	96 (64.0)	54 (36.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	90 (70.3)	38 (29.7)	128 (100)	15.122
	30,001 - 40,000 บาท	2 (25.0)	6 (75.0)	8 (100)	(0.001)*
	สูงกว่า 40,000 บาท	4 (28.6)	10 (71.4)	14 (100)	
	รวม	96 (64.0)	54 (36.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์

4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

4.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.833 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.682 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.925 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.16)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ประกันชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ระยะเวลาความคุ้มครองจากกรมธรรม์		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	1 (12.5)	7 (87.5)	8 (100)	1.833
	46-60 ปี	51 (35.9)	91 (64.1)	142 (100)	(0.176)
	รวม	52 (34.7)	98 (65.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 (26.7)	22 (73.3)	30 (100)	3.682
	พนักงานบริษัทเอกชน	8 (25.0)	24 (75.0)	32 (100)	(0.159)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	36 (40.9)	52 (59.1)	88 (100)	
	รวม	52 (34.7)	98 (65.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	7 (35.0)	13 (65.0)	20 (100)	2.925
	30,001 - 40,000 บาท	8 (22.9)	27 (77.1)	35 (100)	(0.232)
	สูงกว่า 40,000 บาท	37 (38.9)	58 (61.1)	95 (100)	
	รวม	52 (34.7)	98 (65.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

4.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.156 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.855 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

4.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.430 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.17)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ระยะเวลาความคุ้มครองจากกรมธรรม์		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	64 (65.3)	34 (34.7)	98 (100)	2.156
	46-60 ปี	40 (76.9)	12 (23.1)	52 (100)	(0.142)
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23 (79.3)	6 (20.7)	29 (100)	2.855
	พนักงานบริษัทเอกชน	62 (69.7)	27 (30.3)	89 (100)	(0.240)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	19 (59.4)	13 (40.6)	32 (100)	
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	88 (68.8)	40 (31.3)	128 (100)	1.430
	30,001 - 40,000 บาท	7 (87.5)	1 (12.5)	8 (100)	(0.489)
	สูงกว่า 40,000 บาท	9 (64.3)	5 (35.7)	14 (100)	
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5) ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต

5.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

5.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.176 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

5.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.003 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

5.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.540 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.18)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	0.176
	46-60 ปี	78 (54.9)	64 (45.1)	142 (100)	(0.675)
	รวม	83 (55.3)	67 (44.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17 (56.7)	13 (43.3)	30 (100)	0.003
	พนักงานบริษัทเอกชน	18 (56.3)	14 (43.8)	32 (100)	(0.998)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	50 (56.8)	38 (43.2)	88 (100)	
	รวม	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	12 (60.0)	8 (40.0)	20 (100)	0.540
	30,001 - 40,000 บาท	18 (51.4)	17 (48.6)	35 (100)	(0.763)
	สูงกว่า 40,000 บาท	55 (57.9)	40 (42.1)	95 (100)	
	รวม	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

5.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.192 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

5.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.807 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

5.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.155 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.19)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบ สตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	62 (63.3)	36 (36.7)	98 (100)	0.192
	46-60 ปี	31 (59.6)	21 (40.4)	52 (100)	(0.661)
	รวม	93 (62.0)	57 (38.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18 (62.1)	11 (37.9)	29 (100)	1.807
	พนักงานบริษัทเอกชน	52 (58.4)	37 (41.6)	89 (100)	(0.405)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23 (71.9)	9 (28.1)	32 (100)	
	รวม	93 (62.0)	57 (38.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	80 (2.5)	48 (37.5)	128 (100)	0.155
	30,001 - 40,000 บาท	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	(0.926)
	สูงกว่า 40,000 บาท	8 (57.1)	6 (42.9)	14 (100)	
	รวม	93 (62.0)	57 (38.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6) ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต

6.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

6.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.844 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

6.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.366 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

6.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.284 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.20)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	0.844
	46-60 ปี	109 (76.8)	33 (23.2)	142 (100)	(0.358)
	รวม	114 (76.0)	36 (24.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27 (90.0)	3 (14.3)	30 (100)	4.366
	พนักงานบริษัทเอกชน	22 (68.8)	10 (31.3)	32 (100)	(0.113)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	65 (73.9)	23 (26.1)	88 (100)	
	รวม	114 (76.0)	36 (24.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	16 (80.0)	4 (20.0)	20 (100)	0.284
	30,001 - 40,000 บาท	27 (77.1)	8 (22.9)	35 (100)	(0.868)
	สูงกว่า 40,000 บาท	71 (74.7)	24 (25.3)	95 (100)	
	รวม	114 (76.0)	36 (24.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

6.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.092 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

6.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.243 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

6.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.390 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	83 (84.7)	15 (15.3)	98 (100)	0.092
	46-60 ปี	45 (86.5)	7 (13.5)	52 (100)	(0.761)
	รวม	128 (85.3)	22 (14.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23 (79.3)	6 (20.7)	29 (100)	1.243
	พนักงานบริษัทเอกชน	78 (87.6)	11 (12.4)	89 (100)	(0.537)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	27 (84.4)	5 (15.6)	32 (100)	
	รวม	128 (85.3)	22 (14.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	111 (86.7)	17 (13.3)	128 (100)	1.390
	30,001 - 40,000 บาท	6 (75.0)	2 (25.0)	8 (100)	(0.499)
	สูงกว่า 40,000 บาท	11 (78.6)	3 (21.4)	14 (100)	
	รวม	128 (85.3)	22 (14.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8) ระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน

8.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

8.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.399 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

8.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.366 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

8.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.519 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.22)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	ระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	2.399
	46-60 ปี	119 (83.8)	23 (16.2)	142 (100)	(0.121)
	รวม	124 (82.7)	26 (17.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27 (90.0)	3 (10.0)	30 (100)	4.366
	พนักงานบริษัทเอกชน	22 (68.8)	10 (31.3)	32 (100)	(0.113)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	65 (73.9)	23 (26.1)	88 (100)	
	รวม	114 (76.0)	36 (24.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	18 (90.0)	2 (10.0)	20 (100)	2.519
	30,001 - 40,000 บาท	31 (88.6)	4 (11.4)	35 (100)	(0.284)
	สูงกว่า 40,000 บาท	75 (78.9)	20 (21.1)	95 (100)	
	รวม	124 (82.7)	26 (17.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

8.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.399 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

8.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.172 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยค่าประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

8.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเบี้ยค่าประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.092 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.23)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	**กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้**	**ระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต**		**รวม**	**χ^2 (Sig.)**
		มีผล	**ไม่มีผล**		
อายุ	20-45 ปี	42 (42.9)	56 (57.1)	98 (100)	2.399
	46-60 ปี	22 (42.3)	30 (57.7)	52 (100)	(0.121)
	รวม	64 (42.7)	86 (57.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (31.0)	20 (69.0)	29 (100)	4.172
	พนักงานบริษัทเอกชน	44 (49.4)	45 (50.6)	89 (100)	(0.124)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	11 (34.4)	21 (65.6)	32 (100)	
	รวม	64 (42.7)	86 (57.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	55 (43.0)	73 (57.0)	128 (100)	0.092
	30,001 - 40,000 บาท	3 (37.5)	5 (62.5)	8 (100)	(0.955)
	สูงกว่า 40,000 บาท	6 (42.9)	8 (57.1)	14 (100)	
	รวม	64 (42.7)	86 (57.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

9) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์โดยการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน

9.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

9.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.948 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

9.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.076 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

9.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.700 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.24)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	0.948
	46-60 ปี	110 (77.5)	32 (22.5)	142 (100)	(0.330)
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25 (83.3)	5 (16.7)	30 (100)	3.076
	พนักงานบริษัทเอกชน	27 (84.4)	5 (15.6)	32 (100)	(0.215)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	63 (71.6)	25 (28.4)	88 (100)	
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	12 (60.0)	8 (40.0)	20 (100)	3.700
	30,001 - 40,000 บาท	27 (77.1)	8 (22.9)	35 (100)	(0.157)
	สูงกว่า 40,000 บาท	76 (80.0)	19 (20.0)	95 (100)	
	รวม	115 (76.7)	35 (23.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

9.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

9.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.250 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

9.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.062 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

9.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.038 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.25)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันชีวิต		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	68 (69.4)	30 (30.6)	98 (100)	2.250
	46-60 ปี	42 (80.8)	10 (19.2)	52 (100)	(0.134)
	รวม	110 (73.3)	40 (26.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21 (72.4)	8 (27.6)	29 (100)	0.062
	พนักงานบริษัทเอกชน	65 (73.0)	24 (27.0)	89 (100)	(0.969)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	24 (75.0)	8 (25.0)	32 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	94 (73.4)	34 (26.6)	128 (100)	0.038
	30,001 - 40,000 บาท	6 (75.0)	2 (25.0)	8 (100)	(0.981)
	สูงกว่า 40,000 บาท	10 (71.4)	4 (28.6)	14 (100)	
	รวม	110 (73.3)	40 (26.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10) การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์

10.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

10.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.852 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ผู้ที่มีอายุน้อยเห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

10.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.486 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

10.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 24.267 มีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้น้อย เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 70 ของกลุ่มที่มีรายได้น้อยทั้งหมด แต่กลุ่มที่มีรายได้สูง ส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.2 ของกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 4.26)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในช่วงที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ **และรายได้**

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	**กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้**	**การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ**		**รวม**	χ^2 **(Sig.)**
		มีผล	**ไม่มีผล**		
อายุ	20-45 ปี	3 (37.5)	5 (62.5)	8 (100)	5.852
	46-60 ปี	108 (76.1)	34 (23.9)	142 (100)	(0.016)*
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23 (76.7)	7 (23.3)	30 (100)	1.486
	พนักงานบริษัทเอกชน	21 (65.6)	11 (34.4)	32 (100)	(0.476)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	67 (76.1)	21 (23.9)	88 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	6 (30.0)	14 (70.0)	20 (100)	24.267
	30,001 - 40,000 บาท	26 (74.3)	9 (25.7)	35 (100)	(0.000)*
	สูงกว่า 40,000 บาท	79 (83.2)	16 (16.8)	95 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

10.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.487 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

10.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.855 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

10.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.837 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.27)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในช่วงที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	61 (62.2)	37 (37.8)	98 (100)	2.487
	46-60 ปี	39 (75.0)	13 (25.0)	52 (100)	(0.115)
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18 (62.1)	11 (37.9)	29 (100)	0.885
	พนักงานบริษัทเอกชน	62 (69.7)	27 (30.3)	89 (100)	(0.642)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	20 (62.5)	12 (37.5)	32 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	86 (67.2)	42 (32.8)	128 (100)	0.837
	30,001 - 40,000 บาท	6 (75.0)	2 (25.0)	8 (100)	(0.658)
	สูงกว่า 40,000 บาท	8 (57.1)	6 (42.9)	14 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

11) การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์

11.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส

11.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.174 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

11.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.222 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

11.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.423 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.28)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานธนาคาร ในช่วงที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

นิวเซฟเวอร์พลัส (New Saver Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานธนาคาร		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	6 (75.0)	2 (25.0)	8 (100)	0.174
	46-60 ปี	115 (81.0)	27 (19.0)	142 (100)	(0.677)
	รวม	121 (80.7)	29 (19.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21 (70.0)	9 (30.0)	30 (100)	3.222
	พนักงานบริษัทเอกชน	28 (87.5)	4 (12.5)	32 (100)	(0.200)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	72 (81.8)	16 (18.2)	88 (100)	
	รวม	121 (80.7)	29 (19.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	18 (90.0)	2 (10.0)	20 (100)	1.423
	30,001 - 40,000 บาท	27 (77.1)	8 (22.9)	35 (100)	(0.491)
	สูงกว่า 40,000 บาท	76 (80.0)	19 (20.0)	95 (100)	
	รวม	121 (80.7)	29 (19.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

11.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

11.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.507 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

11.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.164 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

11.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัสพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.017 มีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (ตารางที่ 4.29)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานธนาคาร ในช่วงที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

สตาร์ทเตอร์พลัส (Starter Plus)	กลุ่มอายุ/อาชีพ/รายได้	การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานธนาคาร		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	20-45 ปี	79 (80.6)	19 (19.4)	98 (100)	1.507
	46-60 ปี	46 (88.5)	6 (11.5)	52 (100)	(0.220)
	รวม	125 (83.3)	25 (16.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21 (72.4)	8 (27.6)	29 (100)	3.164
	พนักงานบริษัทเอกชน	77 (86.5)	12 (13.5)	89 (100)	(0.206)
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	27 (84.4)	5 (15.6)	32 (100)	
	รวม	125 (83.3)	25 (16.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 30,001 บาท	107 (83.6)	21 (16.4)	128 (100)	3.035
	30,001 - 40,000 บาท	8 (100)	0	8 (100)	(0.219)
	สูงกว่า 40,000 บาท	10 (71.4)	4 (28.6)	14 (100)	
	รวม	125 (83.3)	25 (16.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษา

: ค่า $\chi^2_{(0.05,1)} = 3.84$, $\chi^2_{(0.05,2)} = 5.99$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.3 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ในการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ทั้งหมด 5 ปัจจัย สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.30)

1) ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย

1.1) การหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยเห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ที่มีอายุมากเห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าการหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

1.2) ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่าผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

1.3) การเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ แตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยเห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ที่มีอายุมาก เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเห็นว่าการเบิกค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยเห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้สูงคือตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

1.4) ปัจจัยด้านระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

2) ปัจจัยด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิตของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิตไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

3) ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

4) ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ของกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส กล่าวคือ ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ประกอบด้วย

5.1) การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัยของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

5.2) การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอาชีพ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ผู้ที่มีอายุมากเห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ที่มีอายุน้อยเห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงคือตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ที่มีรายได้ต่ำ เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

5.3) การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคารของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

ปัจจัย	อายุ		อาชีพ		รายได้	
	นิวเซฟเวอร์พลัส	สตาร์ทเตอร์พลัส	นิวเซฟเวอร์พลัส	สตาร์ทเตอร์พลัส	นิวเซฟเวอร์พลัส	สตาร์ทเตอร์พลัส
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ - การหักลดหย่อนภาษีเงินได้	ไม่แตกต่าง	**แตกต่าง**	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- การเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ	ไม่แตกต่าง	**แตกต่าง**	ไม่แตกต่าง	**แตกต่าง**	ไม่แตกต่าง	**แตกต่าง**
- ระยะเวลาความคุ้มครองของกรมธรรม์	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- ความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ และเสียชีวิต	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- ระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
- การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ	**แตกต่าง**	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	**แตกต่าง**	ไม่แตกต่าง
- การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์

ในการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ ระยะเวลาของการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคาร จำนวนทุนประกันชีวิต ลักษณะและวิธีการชำระค่าเบี้ยประกัน แหล่งข่าวสารในการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต การส่งเสริมการขายในช่วงที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต และการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น

การวิเคราะห์ข้อมูลหัวข้อนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ

1) ระยะเวลาของการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในช่วงระยะเวลามากกว่า 2 ปี มากที่สุด จำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมารับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาระหว่าง 6 เดือน-1 ปี จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนที่เหลือรับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 และรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ในช่วงระยะเวลามากกว่า 2 ปี มากที่สุด จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมารับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาระหว่าง 1-2 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนที่เหลือรับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 และรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลา 6 เดือน-1 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ในช่วงระยะเวลามากกว่า 2 ปี มากที่สุด จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมารับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาระหว่าง 6 เดือน-1 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนที่เหลือรับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ละ 8.0 และรับทราบรายละเอียดด้านประกันชีวิตในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ช่วงระยะเวลามากกว่า 2 ปี มากที่สุด และรับทราบรายละเอียดช่วงระยะเวลา 1-2 ปี น้อยที่สุด (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 ระยะเวลาของการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาของการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิต	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	6	4.0	12	8.0	18	6.0
6 เดือน-1 ปี	4	2.7	26	17.3	30	10.0
1-2 ปี	10	6.7	6	4.0	16	5.3
มากกว่า 2 ปี	130	86.6	106	70.7	236	78.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

2) ระยะเวลาที่ใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ เมื่อพิจารณาระยะเวลาที่ใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลา มากกว่า 2 ปี จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.3 ส่วนที่เหลือใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี จำนวน 59

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 ส่วนที่เหลือใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7 ส่วนที่เหลือใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่ใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด และผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ใช้บริการประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี มากที่สุด (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ระยะเวลาที่ใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาที่ใช้บริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	66	44.0	46	30.7	112	37.3
1-2 ปี	25	16.7	23	15.3	48	16.0
มากกว่า 2 ปี	59	39.3	81	54.0	140	46.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

3) จำนวนทุนประกันที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ เมื่อพิจารณาจำนวนทุนประกัน ที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท จำนวน 203 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 200,001-300,000 บาท จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ13.7 ส่วนที่เหลือซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกันมากกว่า 400,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 และซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 300,001-400,000 บาท จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน มากกว่า 400,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ส่วนที่เหลือซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 200,001-300,000 บาท จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 และซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 300,001-400,000 บาทจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 200,001-300,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนที่เหลือซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 300,001-400,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากค่าเบี้ยประกันชีวิตของทุนประกันช่วงดังกล่าวไม่สูงมากนัก (ตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 จำนวนทุนประกันที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ

จำนวนทุนประกัน	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
100,000-200,000 บาท	84	56.0	119	79.3	203	67.6
200,001-300,000 บาท	24	16.0	17	11.3	41	13.7
300,001-400,000 บาท	13	8.7	14	9.4	27	9.0
มากกว่า 400,000 บาท	29	19.3	-	-	29	9.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4) ลักษณะของการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิต เมื่อพิจารณาลักษณะของการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันรายปีจำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7 ทั้งนี้เนื่องจากมีส่วนลดให้ลูกค้าที่ชำระค่าเบี้ยประกันรายปี และชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตรายเดือน จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันรายปี จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.0 และชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตรายเดือน จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตรายเดือน จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.7 และชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตรายปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ชำระค่าเบี้ยประกันรายปี มากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูง และการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตรายปีจะได้รับส่วนลดค่าเบี้ยประกัน ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ชำระค่าเบี้ยประกันรายเดือน มากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ประจำต่ำกว่า 30,001 บาท การชำระค่าเบี้ยประกันรายเดือนจึงเหมาะสมที่สุด (ตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 ลักษณะของการชำระค่าเบี้ยประกันของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของการชำระค่าเบี้ยประกัน	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายเดือน	21	14.0	121	80.7	142	47.3
รายปี	129	86.0	29	19.3	158	52.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

5) วิธีการชำระค่าเบี้ยประกัน ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่าส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกัน โดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคารจำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาชำระค่าเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิต จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 และชำระเบี้ยประกันด้วยเงินสด จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันโดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาชำระค่าเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิต จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0 และชำระเบี้ยประกันด้วยเงินสด จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันโดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคารจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาชำระค่าเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิต จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.4 และชำระค่าเบี้ยประกันด้วยเงินสด จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันโดยการหักหักบัญชีเงินฝากธนาคาร มากที่สุด และชำระค่าเบี้ยประกันด้วยเงินสด น้อยที่สุด (ตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.35 วิธีการชำระค่าเบี้ยประกัน ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

วิธีการชำระค่าเบี้ยประกัน	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	18	12.0	11	7.3	29	9.7
หักบัญชีเงินฝากธนาคาร	75	50.0	119	79.3	194	64.6
ชำระผ่านบัตรเครดิต	57	38.0	20	13.4	77	25.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

6) แหล่งข่าวสารในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคาร จากพนักงานธนาคาร มากที่สุด จำนวน 277 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.3 และทราบข้อมูลจากแผ่นพับของธนาคาร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคาร จากพนักงานธนาคาร จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.0 และรับทราบข้อมูลจากแผ่นพับของธนาคาร จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคาร จากพนักงานธนาคาร จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.7 และรับทราบข้อมูลจากแผ่นพับของธนาคาร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์จากพนักงานธนาคาร มากที่สุด (ตารางที่ 4.36)

ตารางที่ 4.36 แหล่งข่าวสารในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข่าวสารในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แผ่นพับของธนาคาร	15	10.0	8	5.3	23	7.7
พนักงานธนาคาร	135	90.0	142	94.7	277	92.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

7) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นคู่สมรส จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 ขณะที่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นบิดามารดา จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 และเป็นญาติพี่น้อง จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนที่เหลือเป็นบุตร จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นคู่สมรส จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 ขณะที่เป็นญาติพี่น้อง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.6 ส่วนที่เหลือเป็นบุตร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นคู่สมรส จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือบิดามารดา จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 ขณะที่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 และเป็นญาติพี่น้อง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4 ส่วนที่เหลือเป็นบุตร จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่เป็นคู่สมรสมากที่สุด และเป็นบุตรน้อยที่สุด (ตารางที่ 4.37)

ตารางที่ 4.37 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	44	29.3	29	19.3	73	24.3
คู่สมรส	91	60.7	61	40.7	152	50.7
บิดา-มารดา	4	2.7	33	22.0	37	12.3
ญาติพี่น้อง	10	6.6	14	9.4	24	8.0
บุตร	1	0.7	13	8.7	14	4.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

8) การทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 253 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.3 ขณะที่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.7 ขณะที่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่นรวม จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 โดยทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น 1 กรมธรรม์ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น 2 กรมธรรม์ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่นมากกว่า 3 กรมธรรม์ขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าไม่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.0 ขณะที่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ขณะที่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น 3 กรมธรรม์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ส่วนใหญ่ไม่มีการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น (ตารางที่ 4.38)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 การทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

การทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น	นิวเซฟเวอร์พลัส		สตาร์ทเตอร์พลัส		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทำ	112	74.7	141	94.0	253	84.3
ทำ	38	25.3	9	6.0	47	15.7
- 1 กรมธรรม์	21	14.0	-	-	21	7.0
- 2 กรมธรรม์	12	8.0	-	-	12	4.0
- 3 กรมธรรม์	-	-	9	6.0	9	3.0
- มากกว่า 3 กรมธรรม์	5	3.3	-	-	5	1.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.5 ความพึงพอใจในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และสตาร์ทเตอร์พลัส

การศึกษาความพึงพอใจในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง สามารถวัดระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้านดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยให้ลูกค้าตอบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ปานกลาง และน้อย โดยให้คะแนนเป็น 3, 2 และ 1 ตามลำดับ จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ย ผลของค่าเฉลี่ย 2.34-3.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก 1.67-2.33 หมายถึงมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ 1.00-1.66 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งผลการศึกษามีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.39)

1) ด้านผลิตภัณฑ์

1.1) ความคุ้มครองของกรมธรรม์ ในที่นี้หมายถึง ขอบเขตความคุ้มครองของกรมธรรม์เช่น คุ้มครองชีวิต คุ้มครองเมื่อเกิดอุบัติเหตุ หรือโรคร้ายแรงกรณีเสียชีวิต คุ้มครองค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรมธรรม์ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความคุ้มครองของกรมธรรม์ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

1.2) ความหลากหลายของกรมธรรม์ ในที่นี้หมายถึง การมีกรมธรรม์ประเภทสะสมทรัพย์ ทั้งระยะสั้น และระยะยาวหลาย ๆรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกซื้อความคุ้มครองได้ตรงตามความต้องการของตนเอง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความหลากหลายของกรมธรรม์ ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจในด้านความหลากหลายของกรมธรรม์ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

2) ด้านราคา ประกอบด้วย ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต และผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต

2.1) ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ค่าเบี้ยประกันชีวิตของแต่ละกรมธรรม์มีความเหมาะสม การประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัสมีอัตราค่าเบี้ยประกันชีวิตเริ่มต้นปีละ 43,500 บาท และการประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส มีอัตราค่าเบี้ยประกันชีวิตต่ำเริ่มต้นเพียงปีละ 16,000 บาท เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

2.2) ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต หมายถึง จำนวนเงินที่ได้รับคืนเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาตามสัญญาของกรมธรรม์ประกันชีวิต เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) ด้านการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วยการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่องและของสมนาคุณมีความเหมาะสมและคุ้มค่า

3.1) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่อง ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

3.2) ของสมนาคุณมีความเหมาะสม และคุ้มค่า หมายถึง ของสมนาคุณที่มอบให้กับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมีความเหมาะสม และคุ้มค่า เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านของสมนาคุณมีความเหมาะสมและคุ้มค่า ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

4) ด้านคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเต็มใจให้บริการ ความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย และพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละรูปแบบได้อย่างละเอียด ชัดเจน

4.1) ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ หมายถึง การมีสาขาเพื่อให้บริการลูกค้าจำนวนมาก และลูกค้าสามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกสาขา เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ ในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

4.2) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเต็มใจให้บริการ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

4.3) ความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย หมายถึง การให้บริการหลังจากที่ลูกค้าซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแล้ว เช่น การเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว การเปลี่ยนแปลงผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ประกันชีวิต เป็นต้น เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

4.4) พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละรูปแบบได้อย่างละเอียด ชัดเจน เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ทั้งหมดจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปได้ว่าผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียด ชัดเจน รองลงมาคือ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ตามลำดับ

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่ามีความพึงพอใจด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและเต็มใจให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ และด้านพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียด ชัดเจน ตามลำดับ

สำหรับผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่ามีความพึงพอใจด้านพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ชัดเจน มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและเต็มใจให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 ความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส

ความพึงพอใจ	นิวเซฟเวอร์พลัส				สตาร์ทเตอร์พลัส				รวม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	
1.ด้านผลิตภัณฑ์												
1.1 ความคุ้มครองของกรมธรรม์	123	27	-	150 **(2.82) มาก**	128	22	-	150 **(2.85) มาก**	251	49	-	300 **(2.83) มาก**
1.2 ความหลากหลายของกรมธรรม์	94	56	-	150 **(2.62) มาก**	105	45		150 **(2.70) มาก**	199	101		300 **(2.66) มาก**
2. ด้านราคา												
2.1 ค่าเบี้ยประกันชีวิตมีความเหมาะสม	123	27	-	150 **(2.82) มาก**	110	40	-	150 **(2.73) มาก**	233	67	-	300 **(2.77) มาก**
2.2 ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต	117	33	-	150 **(2.78) มาก**	138	12	-	150 **(2.92) มาก**	255	45	-	300 **(2.85) มาก**
3. ด้านการส่งเสริมการขาย												
3.1 การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่อง	109	31	10	150 **(2.66) มาก**	110	34	6	150 **(2.69) มาก**	219	65	16	300 **(2.67) มาก**
3.2 ของสมนาคุณมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	109	21	20	150 **(2.59) มาก**	95	42	13	150 **(2.54) มาก**	204	63	33	300 **(2.57) มาก**

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	นิวเซฟเวอร์พลัส				สตาร์ทเตอร์พลัส				รวม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	
4. ด้านคุณภาพในการให้บริการ												
4.1 ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์	147	3	-	150 **(2.98) มาก**	144	6	-	150 **(2.96) มาก**	291	9	-	300 **(2.97) มาก**
4.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและเต็มใจให้บริการ	150	-	-	150 **(3.00) มาก**	138	12	-	150 **(2.92) มาก**	288	12	-	300 **(2.96) มาก**
4.3 ความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย	139	5	6	150 **(2.88) มาก**	132	15	3	150 **(2.86) มาก**	271	20	9	300 **(2.87) มาก**
4.4 พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียดชัดเจน	144	6	-	150 **(2.96) มาก**	150	-	-	150 **(3.00) มาก**	294	6	-	300 **(2.98) มาก**

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved