

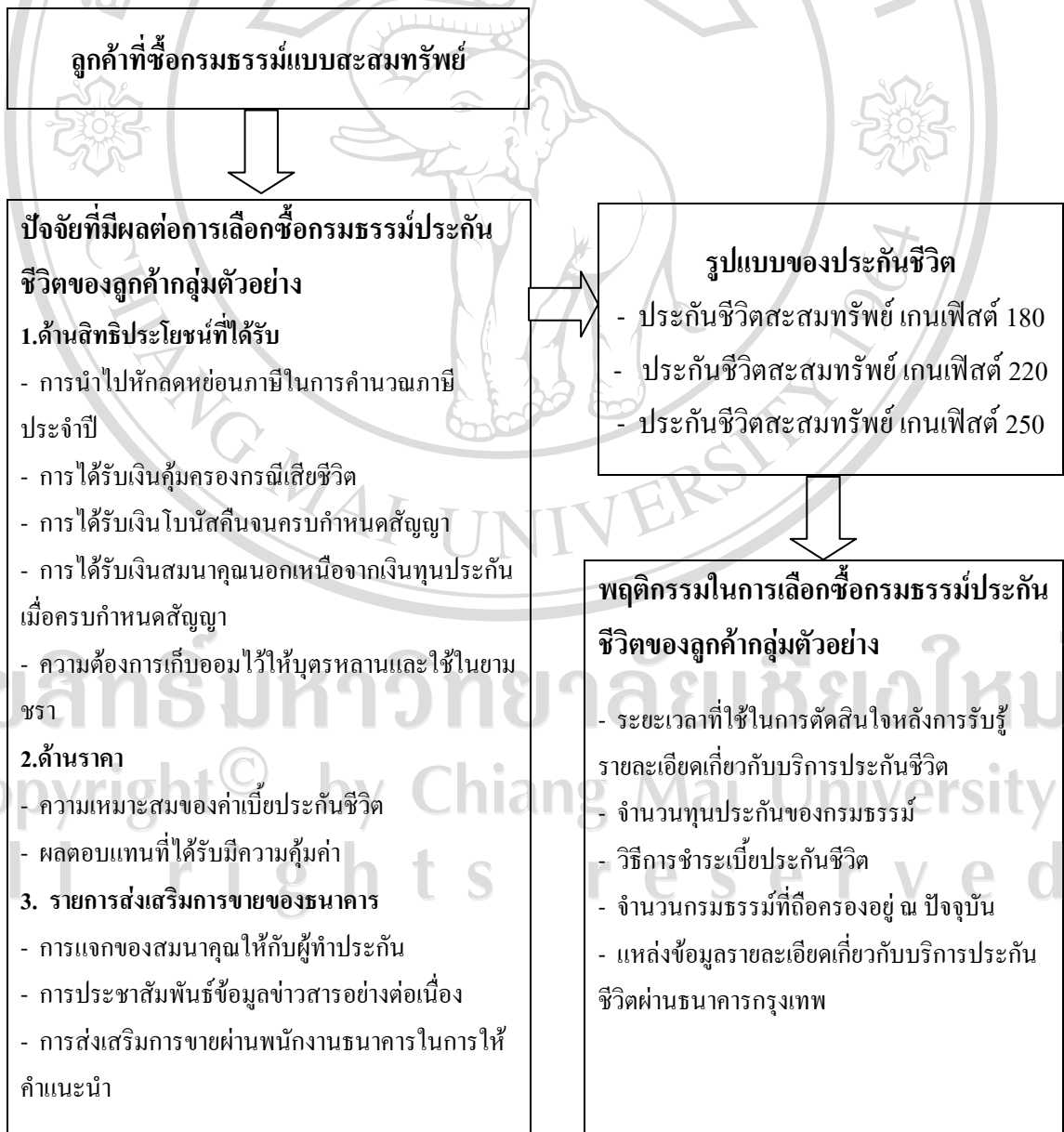
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้คือ

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



จากกรอบแนวคิดข้างต้นสามารถนำมาอธิบายได้ว่า ลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์180 เกนเฟิสต์220 เกนเฟิสต์250 ที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ คือ

1. ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

- การหักค่าลดหย่อนภาษีเงินได้ตามกฎหมาย ลูกค้ำสามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีในการคำนวณภาษีประจำปีได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 100,000.00 บาท
- การได้รับเงินคุ้มครองกรณีเสียชีวิต ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิต หากเสียชีวิตระหว่างกรมธรรม์มีผลบังคับใช้ จะได้รับค่าสินไหมทดแทนตามสัญญา
- การได้รับเงินโบนัสคืนจนครบกำหนดสัญญา ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิต เช่นแบบประกันเกินเฟิสต์180 และแบบประกันเกินเฟิสต์220 จะได้รับเงิน โบนัสคืนทุกปี โดยผู้ทำประกันแบบประกัน แบบประกันเกินเฟิสต์180 ได้รับเงินโบนัสคือ ปีที่ 1-5 3.00% ปีที่ 6-10 3.50% ปีที่ 11-15 4.00% รวมเงินโบนัสจ่ายคืนรายปีทั้งหมด 52.50% แบบประกันเกินเฟิสต์220 ได้รับเงินโบนัสคือ ปีที่ 1-5 4.00% ปีที่ 6-10 5.00% ปีที่ 11-15 6.00% รวมเงินโบนัสจ่ายคืนรายปีทั้งหมด 75.00%
- การได้รับเงินสมนาคุณนอกเหนือจากเงินทุนประกัน เมื่อครบกำหนดสัญญา ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตทั้ง 3 รูปแบบ จะได้รับเงินสมนาคุณนอกเหนือจากเงินทุนประกัน เมื่อครบกำหนดสัญญาคือ แบบประกันเกินเฟิสต์180 เมื่อครบกำหนดสัญญารับ 180.00% ของทุนประกัน แบบประกันเกินเฟิสต์220 เมื่อครบกำหนดสัญญาอีก 125.00% ของทุนประกัน เงินสมนาคุณ 20.00% ของทุนประกัน แบบประกันเกินเฟิสต์250 เมื่อครบกำหนดสัญญารับ 250.00% ของทุนประกัน
- ความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลานและใช้ในยามชรา ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตมีความต้องการในการออมเงิน ไว้ให้บุตรหลานและใช้ในยามชรา โดยอาจมีทางเลือกโดยทั่วไป เช่นการเปิดบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีฝากประจำ หรือซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ ผลตอบแทน ของลูกค้ำที่จะได้รับ

2. ด้านราคา

- ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อลูกค้าเมื่อเทียบกับรายได้ของผู้ทำประกัน แบบประกันมีความหลากหลายของอัตราเบี้ยประกันสามารถเลือกอัตราเบี้ยประกันได้หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า มีอัตราเบี้ยประกันที่คุ้มค่ากับผลประโยชน์ที่ได้รับ

- ผลตอบแทนที่ได้รับมีความคุ้มค่า ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตคือจำนวนเงินที่ได้รับเมื่อครบกำหนดสัญญาเช่น แบบประกันเกินเฟิสต์180 จ่ายเงินเมื่อครบกำหนดสัญญา 180.00% ของทุนประกัน ประกันเกินเฟิสต์220 จ่ายเงินเมื่อครบกำหนดสัญญา 125.00% ของทุนประกัน ประกันเกินเฟิสต์250 จ่ายเงินเมื่อครบกำหนดสัญญา 250.00% ของทุนประกัน เมื่อเทียบกับเบี้ยประกันที่จ่ายมีความคุ้มค่า

3. รายการส่งเสริมการขายของธนาคาร

- การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภักย์ ในช่วงที่ลูกค้าเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต มีการแจกของสมนาคุณที่คุ้มค่าให้กับลูกค้าที่ซื้อกรมธรรม์ ดังนั้นจึงมีผลต่อผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้ง 3 รูปแบบ

- การส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อต่างๆ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงรูปแบบต่าง ๆ ของการประกันชีวิต ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต เอกสารแผ่นพับของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าทราบรายละเอียดเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันชีวิตแต่ละรูปแบบที่ทางธนาคารเสนอขายให้กับลูกค้า ดังนั้นจึงมีผลต่อผู้ที่เลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทั้ง 3 รูปแบบ

- การส่งเสริมการขาย ผ่านพนักงานในการให้คำแนะนำประกันชีวิตรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมให้กับลูกค้าของธนาคาร พร้อมทั้งเชิญชวนลูกค้าให้ทำประกันชีวิต โดยมีการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงรูปแบบการประกันชีวิตแบบต่าง ๆ รวมทั้งผลตอบแทนที่ได้รับ จากการทำประกันชีวิต เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจ ประกอบกับพนักงาน มีความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงมีวาจา มารยาท ที่สุภาพมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย มีคุณภาพในการบริการ เช่น การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ทำให้มีความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกัน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรตัวอย่างที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ลูกค้ำที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ อายุตั้งแต่ 20 จนถึง 65 ปี โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้ำที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2551 จำนวน 1,730 ราย การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ใช้การคำนวณแบบ Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 6% ทำการคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

โดยที่

n คือ จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 0.06

จากการแทนค่า

$$n = \frac{1,730}{(1 + 1,730 \times 0.06^2)}$$

$$= 239.34 \text{ ตัวอย่าง}$$

ผลจากการคำนวณ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 239.34 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงได้ปรับขนาดตัวอย่างเป็น 300 ตัวอย่าง และทำการเก็บตามสัดส่วนลูกค้ำผู้ซื้อประกันชีวิตผ่านสาขาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 8 สาขา คือ สาขาสันป่าข่อย สาขาประตูช้างเผือก สาขานนช้างคลาน สาขาศรีนครพิงค์ สาขาท่าแพ สาขาประตูเชียงใหม่ สาขานนสุเทพ สาขา கடสวนแก้ว เนื่องจากเป็นสาขาขนาดใหญ่ที่มีจำนวนลูกค้ำซื้อประกันชีวิตเป็นอันดับต้นๆ และเป็นที่ยอมรับว่าเป็นสาขาที่อยู่ในย่านชุมชนและมีจำนวนประชากรที่หลากหลายมาใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้การเก็บข้อมูลได้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 180 จำนวน 56 ตัวอย่าง ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 220 จำนวน 116 ตัวอย่าง และประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 250 จำนวน 128 ตัวอย่าง (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2551 - 31 ธันวาคม 2551 หน่วย:ราย

ลำดับ	สาขา	รูปแบบประกันชีวิต					
		เกินเฟิสต์ 180		เกินเฟิสต์ 220		เกินเฟิสต์ 250	
		ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1	สันป่าข่อย	50	26	39	21	11	6
2	ประตูช้างเผือก	4	2	27	14	17	9
3	ถนนช้างคลาน	5	3	10	5	20	11
4	ศรีนครพิงค์	5	3	58	31	8	4
5	ท่าแพ	5	3	22	12	22	12
6	ประตูเชียงใหม่	7	4	13	7	41	22
7	ถนนสุเทพ	25	13	18	10	61	32
8	กาดสวนแก้ว	5	3	33	17	62	33
	รวม	106	56	220	116	242	128

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 180 แบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 220 และแบบสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 250

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยค้นคว้าจากข้อมูลแหล่งต่างๆ ดังนี้ รวบรวมข้อมูลจากสถิติ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือวิชาการ เอกสารทางวิชาการ อินเทอร์เน็ต ประกอบเป็นข้อมูลอ้างอิงในการศึกษา

3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แบ่งการออกแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็น 4 ส่วน

ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน การวิเคราะห์ข้อมูล
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ายุทธการกรุงเทพร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้คือ

1. ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

- การนำไปหักลดหย่อนภาษีในการคำนวณภาษีประจำปี
- การได้รับเงินคุ้มครองกรณีเสียชีวิต
- การได้รับเงินโบนัสคืนจนครบกำหนดสัญญา
- การได้รับเงินสมนาคุณนอกเหนือจากเงินทุนประกัน เมื่อครบกำหนดสัญญา
- ความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลานและใช้ในยามชรา

2. ด้านราคา

- ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต
- ผลตอบแทนที่ได้รับมีความคุ้มค่า

3. รายการส่งเสริมการขายของธนาคาร

- การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกัน
- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง
- การส่งเสริมการขายผ่านพนักงานในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลในหัวข้อนี้ทำการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

โดยให้ลูกค้ายุทธการกรุงเทพร จำกัด (มหาชน) ตอบคำถามว่าปัจจัยหลักทั้ง 3 ปัจจัยมีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย แล้วให้คะแนนเป็น 3 2 และ 1 ตามลำดับ จากนั้นนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย เกณฑ์การแปรความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ายุทธการกรุงเทพร จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้กำหนดแบ่งช่วงออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{3 - 1}{3} = 0.66$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตการแปรความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยยึดเกณฑ์ตามค่าที่ได้จากสูตรคำนวณของระดับชั้น เท่ากับ 0.66 ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.66 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.67-2.33 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.00 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก

3) พฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจหลังการรับรู้รายละเอียดเกี่ยวกับบริการประกันชีวิต ผู้แนะนำให้เลือกใช้บริการประกันชีวิต บุคคลผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แหล่งข่าวสารในการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิต การตั้งงบประมาณหรือการกันรายได้ในแต่ละปีเพื่อซื้อประกัน จำนวนทุนประกันของกรมธรรม์ การชำระเบี้ยประกันชีวิต วิธีการชำระเบี้ย จำนวนกรมธรรม์ที่ถือครองอยู่ ณ ปัจจุบัน การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบอื่นของธนาคารกรุงเทพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ถือครองกรมธรรม์ และการทำประกันชีวิตกับสถาบันอื่น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ และร้อยละ

4) การศึกษามูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ของกรมธรรม์ในแต่ละรูปแบบคือ ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์180 ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์220 และประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 250 มีได้เงื่อนไขดังนี้คือ

- ใช้ทุนประกันขั้นต่ำในการคำนวณคือ ทุนประกัน 100,000 บาท
- ใช้อัตราดอกเบี้ยในการคิดคำนวณ 2 ประเภทคือ
 1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำประเภท 1 ปี ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน เท่ากับ 1 % ต่อปี (สิงหาคม , 2552)
 2. อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรออมทรัพย์ไทยเข้มแข็ง ในปีงบประมาณ พ.ศ.

2552 อายุ 5 ปี โดยอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 4% (กรกฎาคม, 2552)

การวิเคราะห์จะใช้วิธีการคิดมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่จะได้รับเมื่อครบกำหนดตามสัญญาของกรมธรรม์ จากการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ใช้วิธีคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ โดยการหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (เงินคืนตามสัญญา) กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (ค่าเบี้ยประกันจ่าย) มีสูตรที่ใช้คำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \text{PVB} - \text{PVC} \\ &= \sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \\ &= \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \end{aligned}$$

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 มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

หรือไม่ พิจารณาได้จากค่าของ NPV ที่คำนวณได้จะต้องมีค่ามากกว่าศูนย์ หรือมีค่าเป็นบวก

กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวม ($\text{PVB} > \text{PVC}$) แสดงว่ากรมธรรม์ประกันชีวิตแบบ

นั้นๆ เหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน