

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์  
ของลูกค้ายุติหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์  
แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

**ผู้เขียน** นางสาวโสภิตา โล่ห์รินทร์

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ดร. รวี ลงกานี ประธานกรรมการ  
ผศ. ชรินทร์ สิงห์รุ่งเรือง กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสม  
ทรัพย์ของลูกค้ายุติหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์  
จำกัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสม  
ทรัพย์ซึ่งกรมธรรม์ยังมีผลบังคับ ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2546 จำนวน 87 ราย การวิเคราะห์ข้อมูล  
สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุโดยเฉลี่ย 30-39 ปี  
สถานภาพสมรส มีอาชีพรับราชการ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 –  
20,000 บาท ส่วนใหญ่เก็บออมหรือลงทุนด้วยการฝากธนาคาร มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตใน  
ปัจจุบันเฉลี่ยคนละ 1 ฉบับ ซึ่งรูปแบบของการชำระเบี้ยประกันเป็นรายปี ส่วนใหญ่คิดว่ามี  
กรมธรรม์เพียงพอแล้ว และมักทราบข้อมูลการทำประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิต

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้ายุติหน่วยเพชร  
นครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ที่สุดได้แก่ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

เมื่อจำแนกตามปัจจัยแล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือมูลค่าเงินสดสูงเมื่อ  
ต้องการเวนคืนกรมธรรม์ ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลสูงสุด คือการมีอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้ลูกค้าทราบเป็นประจำ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวก ปัจจัยด้านสถานะทางเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากการฝากธนาคาร ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ ความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือความสะดวกในการซื้อประกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้จำนวน 50,000 บาท

**Independent Study Title** Factors Influencing Customers of Petchnakornping 50  
Unit at The American International Assurance Co., Ltd.  
in Buying Endowment Assurance

**Author** Miss Sophida Lorunya

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Dr. Ravi Lonkani	Chairperson
Assist. Prof. Chanin Singharungrueng	Member

### **Abstract**

This independent study aims to study the factors influencing saving life insurance commission of customers in Petchnakornping 50 section of American International Assurance Company Limited. In order to collect data, questionnaire is used as research instrument distributed to 87 customers who committed saving life insurance starting at 31 August 2003. Then the statistic analyses: frequency, percentage and mean are applied to analyze data.

According to the study, it was found out that most of respondent were married male with 30-39 year-of-age. The majority was government officials graduated in bachelor's degree. Their salary was around 10,001-20,000 baht per month. They mostly saved money or invested by depositing a sum at the bank. Each of them owned 1 life insurance in the type of annual fee payment. Most respondent believed that they had enough insurance. They revealed that they learned the insurance information from the insurance representatives.

From the study of factors influencing saving life insurance commission of customers in Petchnakornping 50 section of American International Assurance Company Limited, it was found three highest factors as follows: People factor, Price factor and Service Process factor.

When the researcher separately study factor by factor, it was found out that in term of Product factor, the highest influent sub-factor was to receive high amount of crash when return the insurance.

In term of Price factor, the highest influent sub-factor was to have reasonable rate of insurance fee.

In term of Place factor, the highest influent sub-factor was to have sufficient staffs for service providing.

In term of Promotion factor, the highest influent sub-factor was to inform news regarding life insurance to customers regularly.

In term of Physical Evidence factor, the highest influent sub-factor was to have reliable office.

In term of People factor, the highest influent sub-factor was to response customer satisfaction by providing the solution to them expeditiously.

In term of Service Process factor, the highest influent sub-factor was to return money according to the condition of insurance rapidly and conveniently.

In term of Economical Condition factor, the highest influent sub-factor was to receive the reasonable saving profit comparing with the profit rate of the bank.

In term of Social and Life Culture factor, the highest influent sub-factor was to receive the stability of life from the sharing of family income reserve funds.

In term of Technology factor, the highest influent sub-factor was to be able to buy the insurance through Internet conveniently.

In term of Laws and Regulations from Government factor, the highest influent subfactor was to support the idea stating that the life insurance fee used for tax reduction for 50,000 baht.