

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 1 – 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร (ตาราง 9 – 17)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (ตาราง 18 – 23)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตาราง 24 – 71)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจประกันชีวิต

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	110	44.0
หญิง	140	56.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	115	46.0
31 - 40 ปี	80	32.0
41 - 50 ปี	45	18.0
51 - 60 ปี	10	4.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคืออายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอายุ 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0

**ตาราง 3** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	150	60.0
สมรส	95	38.0
ม่าย	5	2.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือสมรส คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ ม่าย คิดเป็นร้อยละ 2.0

**ตาราง 4** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	24.0
ปริญญาตรี	180	72.0
ปริญญาโท	10	4.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา คือต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.0 และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	25	10.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	50	20.0
พนักงานบริษัทเอกชน	115	46.0
ดำเนินธุรกิจส่วนตัว	45	18.0
อื่นๆ (พ่อบ้าน, แม่บ้าน)	15	6.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ดำเนินธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.0 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอื่นๆ (พ่อบ้าน, แม่บ้าน) คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	65	26.0
10,001 - 15,000 บาท	70	28.0
15,001 - 20,000 บาท	40	16.0
20,001 - 30,000 บาท	40	16.0
30,001 - 40,000 บาท	15	6.0
มากกว่า 40,000 บาท	20	8.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 และรายได้ 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต

กรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
แบบตลอดชีพ	50	20.0
แบบสะสมทรัพย์	140	56.0
แบบชั่วระยะเวลา	60	24.0
แบบเงินได้ประจำ	-	-
รวม	250	100.0

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ แบบชั่วระยะเวลา คิดเป็นร้อยละ 24.0 และแบบตลอดชีพ คิดเป็นร้อยละ 20.0 แบบเงินได้ประจำ ไม่มีผู้ตอบ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ช่องทางที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ผ่านตัวแทนประกันชีวิต	155	62.0
ผ่านธนาคารพาณิชย์	85	34.0
อื่น ๆ (ผ่าน Internet)	10	4.0
รวม	250	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ผ่านตัวแทนประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ ผ่านธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ อื่นๆ (ผ่าน Internet) คิดเป็นร้อยละ 4.0

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	มาก	1
ด้านราคา	4.07	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	มาก	8
ด้านบุคลากร	4.00	มาก	6
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.88	มาก	7
ด้านกระบวนการ	4.23	มาก	2
ด้านผลผลิตภาพ	4.09	มาก	4
โดยรวม	4.06	มาก	

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (4.36) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (4.23) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.16) ตามลำดับ

ตาราง 10 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	140 (56%)	65 (26%)	45 (18%)	0 (0%)	0 (0%)	4.38	มาก	3
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่ว-ระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	105 (42%)	90 (36%)	45 (18%)	10 (4%)	0 (0%)	4.16	มาก	5
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	100 (40%)	110 (44%)	35 (14%)	5 (2%)	0 (0%)	4.22	มาก	4
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	165 (66%)	60 (24%)	25 (10%)	0 (0%)	0 (0%)	4.56	มากที่สุด	1
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	145 (58%)	80 (32%)	20 (8%)	5 (2%)	0 (0%)	4.46	มาก	2
โดยรวม						4.36	มาก	

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.56) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.46) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.38)

ตาราง 11 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์	95 (38%)	115 (46%)	35 (14%)	5 (2%)	0 (0%)	4.20	มาก	1
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน	75 (30%)	140 (56%)	30 (12%)	5 (2%)	0 (0%)	4.14	มาก	2
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หกเดือน หรือ หนึ่งปี)	50 (20%)	130 (52%)	60 (24%)	10 (4%)	0 (0%)	3.88	มาก	3
โดยรวม						4.07	มาก	

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.07) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.20) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.14) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.88)



ตาราง 12 ระดับความสำคัญและ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่ใช้ในการ  
ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่ายที่ใช้ในการ ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. สามารถติดต่อกับ ตัวแทนหรือบริษัท ประกันชีวิตได้สะดวก	110 (44%)	85 (34%)	50 (20%)	5 (2%)	0 (0%)	4.20	มาก	1
2. ชำระเบี้ยประกันได้ หลายช่องทาง	95 (38%)	100 (40%)	55 (22%)	0 (0%)	0 (0%)	4.16	มาก	2
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	95 (38%)	90 (36%)	65 (26%)	0 (0%)	0 (0%)	4.12	มาก	3
4. สามารถติดต่อผ่าน ธนาคารได้ทุกสาขา	105 (42%)	80 (32%)	65 (26%)	0 (0%)	0 (0%)	4.16	มาก	2
โดยรวม						4.16	มาก	

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.26) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.20) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.16) และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.12)

ตาราง 13 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	60 (24%)	65 (26%)	100 (40%)	20 (8%)	5 (2%)	3.62	มาก	4
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	50 (20%)	110 (44%)	75 (30%)	15 (6%)	0 (0%)	3.78	มาก	3
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	55 (22%)	105 (42%)	80 (32%)	5 (2%)	5 (2%)	3.80	มาก	2
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	75 (30%)	100 (40%)	50 (20%)	25 (10%)	0 (0%)	3.90	มาก	1
โดยรวม						3.78	มาก	

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.90) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.80) และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ (3.78)

ตาราง 14 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	90 (36%)	120 (48%)	35 (14%)	5 (2%)	0 (0%)	4.18	มาก	4
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	105 (42%)	125 (50%)	15 (6%)	0 (0%)	5 (2%)	4.30	มาก	3
3. มีความรอบรู้ในงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	120 (48%)	105 (42%)	15 (6%)	5 (2%)	5 (2%)	4.32	มาก	2
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	125 (50%)	105 (42%)	15 (6%)	0 (0%)	5 (2%)	4.38	มาก	1
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	70 (28%)	90 (36%)	70 (28%)	15 (6%)	5 (2%)	3.82	มาก	5
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	70 (28%)	80 (32%)	75 (30%)	20 (8%)	5 (2%)	3.76	มาก	6
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	70 (28%)	25 (10%)	60 (24%)	85 (34%)	10 (4%)	3.24	ปานกลาง	7
โดยรวม						4.00	มาก	

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแทน

ประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.38) รองลงมาคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน (4.32) และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.30)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 15 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ	55 (22%)	130 (52%)	60 (24%)	0 (0%)	5 (2%)	3.92	มาก	2
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	40 (16%)	100 (40%)	90 (36%)	20 (8%)	0 (0%)	3.64	มาก	5
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	55 (22%)	100 (40%)	95 (38%)	0 (0%)	0 (0%)	3.84	มาก	4
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี	75 (30%)	140 (56%)	35 (14%)	0 (0%)	0 (0%)	4.16	มาก	1
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์	65 (26%)	95 (38%)	80 (32%)	10 (4%)	0 (0%)	3.86	มาก	3
โดยรวม						3.88	มาก	

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.16) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.92) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.86)

ตาราง 16 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิต

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ประกันชีวิตของ ผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีระบบการ ให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	80 (32%)	130 (52%)	40 (16%)	0 (0%)	0 (0%)	4.16	มาก	3
2. มีระบบข้อมูลลูกค้า ครบถ้วนและถูกต้อง	95 (38%)	130 (52%)	25 (10%)	0 (0%)	0 (0%)	4.28	มาก	1
3. มีการติดตามงาน และแจ้งความคืบหน้า ในการเรียกร้องค่า สินไหม	115 (46%)	100 (40%)	20 (8%)	10 (4%)	5 (2%)	4.24	มาก	2
โดยรวม						4.23	มาก	

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการโดยรวม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก (4.23) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.28) รองลงมาคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.24) และมีระบบการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว (4.16)

ตาราง 17 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลึกภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยด้านผลึกภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีบุคลากรเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	80 (32%)	140 (56%)	25 (10%)	0 (0%)	5 (2%)	4.16	มาก	1
2. มีกรรมกรรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	85 (34%)	130 (52%)	30 (12%)	0 (0%)	5 (2%)	4.16	มาก	1
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรรมได้ด้วยตนเอง	80 (32%)	95 (38%)	60 (24%)	10 (4%)	5 (2%)	3.94	มาก	2
โดยรวม						4.09	มาก	

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลึกภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.09) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ การมีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม และมีกรรมกรรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.16) รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรรมได้ด้วยตนเอง (3.94)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค  
ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ  
ซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
เหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิต	3.63	มาก	2
การศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ	3.47	ปานกลาง	3
การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ	3.22	ปานกลาง	5
การตัดสินใจซื้อ	3.40	ปานกลาง	4
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.68	มาก	1
โดยรวม	3.48	ปานกลาง	

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้  
ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มี  
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (3.68) รองลงมาคือ เหตุจูงใจใน  
การซื้อประกันชีวิต (3.63) และการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อประกันชีวิต (3.47)



ตาราง 19 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยเหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

เหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ต้องการความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัวในอนาคต	95 (38%)	100 (40%)	50 (20%)	5 (2%)	0 (0%)	4.14	มาก	1
2. ต้องการความมั่นคงให้กับครอบครัวเนื่องจากมีความเสี่ยงจากอาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน	75 (30%)	65 (26%)	80 (32%)	30 (12%)	0 (0%)	3.74	มาก	6
3. ต้องการความคุ้มครองและรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บไข้	70 (28%)	95 (38%)	75 (30%)	5 (2%)	5 (2%)	3.88	มาก	4
4. ต้องการยกระดับและฐานะทางสังคม	50 (20%)	70 (28%)	110 (44%)	15 (6%)	5 (2%)	3.58	มาก	8
5. ต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี	50 (20%)	120 (48%)	65 (26%)	15 (6%)	0 (0%)	3.82	มาก	5
6. ต้องการเงินสะสมไว้ใช้หลังเกษียณ	95 (38%)	105 (42%)	35 (42%)	10 (4%)	5 (2%)	4.10	มาก	2

ตาราง 19 (ต่อ)

เหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
9. ต้องทำประกันชีวิตเพราะมีภาระหนี้สินจำนวนมาก	30 (12%)	60 (24%)	65 (26%)	60 (24%)	35 (14%)	2.96	มาก	12
10. ต้องทำประกันชีวิตเพราะถูกบังคับทางอ้อม เมื่อขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์	50 (20%)	55 (22%)	70 (28%)	55 (22%)	20 (8%)	3.24	มาก	10
11. ต้องการทำเพราะเห็นถึงผลประโยชน์จากกรมธรรม์ ซึ่งเกิดขึ้นกับเพื่อนหรือญาติ	75 (30%)	55 (22%)	85 (34%)	20 (8%)	15 (6%)	3.62	มาก	7
12. ทำประกันเพราะเป็นสวัสดิการที่ได้รับจากบริษัทที่ปฏิบัติงานอยู่	60 (24%)	55 (22%)	85 (34%)	40 (16%)	10 (4%)	3.46	มาก	9
โดยรวม						3.63	มาก	

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิต โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.63) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ต้องการความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัวในอนาคต (4.14) รองลงมาคือ ต้องการเงินสะสมไว้ใช้หลังเกษียณ (4.10) และต้องการมีเงินได้ประจำหากไม่สามารถประกอบอาชีพได้ (3.94)

ตาราง 20 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ  
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ศึกษาข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ	40 (16%)	80 (32%)	100 (40%)	30 (12%)	0 (0%)	3.52	มาก	2
2. ศึกษาข้อมูลจากข่าวสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	55 (22%)	110 (44%)	50 (20%)	35 (14%)	0 (0%)	3.74	มาก	1
3. ศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิตที่เข้ามาชักชวน	40 (16%)	85 (34%)	100 (40%)	15 (6%)	10 (4%)	3.52	มาก	2
4. ได้รับข้อมูลและคำชักชวนจากพนักงานธนาคารที่ไปใช้บริการ	30 (12%)	55 (22%)	135 (54%)	20 (8%)	10 (4%)	3.30	ปานกลาง	3
5. เข้าไปปรึกษาธนาคารที่ให้บริการเพื่อตัดสินใจวางแผนทางการเงิน	45 (18%)	40 (16%)	120 (48%)	30 (12%)	15 (6%)	3.28	ปานกลาง	4
โดยรวม						3.47	ปานกลาง	

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ศึกษาข้อมูลจากข่าวสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (3.74) รองลงมาคือ ศึกษาข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ และศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิตที่เข้ามาชักชวน (3.52) และได้รับข้อมูลและคำชักชวนจากพนักงานธนาคารที่ไปใช้บริการ (3.30)

ตาราง 21 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ย การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

การประเมินทางเลือก เพื่อตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ซื้อตามที่เพื่อน หรือญาติแนะนำ	20 (8%)	45 (18%)	120 (48%)	55 (22%)	10 (4%)	3.04	ปาน กลาง	5
2. ซื้อกับตัวแทนที่ เสนอส่วนลดค่าเบี้ย ประกันให้	15 (6%)	60 (24%)	120 (48%)	45 (18%)	10 (4%)	3.10	ปาน กลาง	3
3. ซื้อเพราะบริษัทอยู่ ใกล้บ้าน	25 (10%)	35 (14%)	130 (52%)	55 (22%)	5 (2%)	3.08	ปาน กลาง	4
4. ซื้อแบบกรมธรรม์ ตามความต้องการ ของตนเอง	55 (22%)	75 (30%)	80 (32%)	30 (12%)	10 (4%)	3.54	มาก	1
5. ซื้อกับตัวแทนที่ เป็นเพื่อนหรือญาติ	20 (8%)	60 (24%)	100 (40%)	65 (26%)	5 (2%)	3.10	ปาน กลาง	3
6. ซื้อผ่านธนาคาร เพราะเชื่อมั่นใน ธนาคาร	55 (22%)	55 (22%)	100 (40%)	35 (14%)	5 (2%)	3.48	ปาน กลาง	2
โดยรวม						3.22	ปาน กลาง	

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.22) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ซื้อแบบกรมธรรม์ตามความต้องการของตนเอง (3.54) รองลงมาคือ ซื้อผ่านธนาคารเพราะเชื่อมั่นในธนาคาร (3.48) และซื้อกับตัวแทนที่เสนอส่วนลดค่าเบี้ยประกันให้ซื้อกับตัวแทนที่เป็นเพื่อนหรือญาติ (3.10)

ตาราง 22 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ตัดสินใจซื้อเพราะต้องการทำประกัน	85 (34%)	75 (30%)	55 (22%)	25 (10%)	10 (4%)	3.80	มาก	2
2. ตัดสินใจซื้อเพราะเกรงใจผู้ขายประกัน	10 (4%)	55 (22%)	75 (30%)	70 (28%)	40 (16%)	2.70	ปานกลาง	4
3. ตัดสินใจซื้อเพราะพนักงานธนาคารขอให้ช่วยซื้อประกันชีวิต	25 (10%)	55 (22%)	80 (32%)	40 (16%)	50 (20%)	3.14	ปานกลาง	3
4. ตัดสินใจซื้อเพราะครอบครัวต้องการความมั่นคง	80 (32%)	95 (38%)	65 (26%)	10 (4%)	0 (0%)	3.98	มาก	1
โดยรวม						3.40	ปานกลาง	

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัดสินใจซื้อเพราะครอบครัวต้องการความมั่นคง (3.98) รองลงมาคือตัดสินใจซื้อเพราะต้องการทำประกัน (3.80) และตัดสินใจซื้อเพราะพนักงานธนาคารขอให้ช่วยซื้อประกันชีวิต (3.14)

ตาราง 23 ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยพฤติกรรมภายหลังการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค  
ใน กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมภายหลัง การซื้อ	ระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีความสบายใจ และรู้สึกมีความ มั่นคงในชีวิต	65 (26%)	110 (44%)	75 (30%)	0 (0%)	0 (40%)	3.96	มาก	1
2. มีความประทับใจ ในตัวแทนประกัน อิสระ	45 (18%)	75 (30%)	115 (46%)	15 (6%)	0 (0%)	3.60	มาก	4
3. มีความมั่นใจเมื่อ ซื้อประกันผ่าน ธนาคารพาณิชย์	55 (22%)	80 (32%)	95 (38%)	20 (8%)	0 (0%)	3.68	มาก	3
4. อยากแนะนำเพื่อน หรือญาติให้กับ ตัวแทนประกัน	35 (14%)	70 (28%)	115 (46%)	25 (10%)	5 (2%)	3.42	ปาน กลาง	5
5. มีความต้องการซื้อ เพิ่มเติมเมื่อมีรายได้ มากขึ้น	70 (28%)	60 (24%)	110 (44%)	10 (4%)	0 (0%)	3.76	มาก	2
โดยรวม						3.68	มาก	

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อประกันชีวิตโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความสบายใจและรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิต (3.96) รองลงมาคือ มีความต้องการซื้อเพิ่มเติมเมื่อมีรายได้มากขึ้น (3.76) และมีความมั่นใจเมื่อซื้อประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ (3.68)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร  
จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ  
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	4.32 มาก	4.43 มาก
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่วระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	4.18 มาก	4.14 มาก
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.32 มาก	4.14 มาก
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	4.55 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.45 มาก	4.46 มาก
โดยรวม	4.36 มาก	4.35 มาก

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.36 และ 4.35) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.55) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.45) และระยะเวลาของกรมธรรม์ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.32)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.57) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.46) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.43)

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์	4.23 มาก	4.18 มาก
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน	4.14 มาก	4.14 มาก
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หกเดือน หรือหนึ่งปี)	4.00 มาก	3.79 มาก
โดยรวม	4.12 มาก	4.04 มาก

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.12 และ 4.04) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.23) รองลงมาคือระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.14) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.18) รองลงมาคือระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.14) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.79)



ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก	4.23 มาก	4.18 มาก
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	4.18 มาก	4.14 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.14 มาก	4.11 มาก
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.18 มาก	4.14 มาก
โดยรวม	4.18 มาก	4.14 มาก

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.18 และ 4.14) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.23) รองลงมาคือชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.18) และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.14)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.18) รองลงมาคือชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.14) และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.11)

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.82 มาก	3.46 มาก
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.82 มาก	3.75 มาก
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.77 มาก	3.82 มาก
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.91 มาก	3.89 มาก
โดยรวม	3.83 มาก	3.73 มาก

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.83 และ 3.73) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.91) รองลงมาคือมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.82) และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.77)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.79) รองลงมาคือมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.82) และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.75)

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.23 มาก	4.14 มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.41 มาก	4.21 มาก
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.41 มาก	4.25 มาก
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.45 มาก	4.32 มาก
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	3.91 มาก	3.75 มาก
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	3.91 มาก	3.64 มาก
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	3.45 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
โดยรวม	4.11 มาก	3.91 มาก

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.11 และ 3.91) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.45) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.41) และ มีความสุภาพอ่อนน้อม (4.23)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.32) รองลงมาคือมีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.25) และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.21)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ	3.91 มาก	3.93 มาก
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.64 มาก	3.64 มาก
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.86 มาก	3.82 มาก
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี	4.23 มาก	4.11 มาก
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์	3.91 มาก	3.82 มาก
โดยรวม	3.91 มาก	3.86 มาก

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.91 และ 3.86) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.23) รองลงมาคือนโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.91) และ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.86)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.11) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.93) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.82)

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.32 มาก	4.04 มาก
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง	4.41 มาก	4.18 มาก
3. มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม	4.32 มาก	4.18 มาก
โดยรวม	4.35 มาก	4.13 มาก

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.35 และ 4.13) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.41) รองลงมาคือมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.32)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.18) รองลงมาคือมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.04)

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านผลผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.18 มาก	4.14 มาก
2. มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.09 มาก	4.21 มาก
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง	4.05 มาก	3.86 มาก
โดยรวม	4.11 มาก	4.07 มาก

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.11 และ 4.07) สำหรับ

เพศชาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.18) รองลงมาคือ มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.09) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง (4.05)

เพศหญิง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.21) มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.14) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง (3.86)

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	4.39 มาก	4.25 มาก	4.44 มาก	5.00 มากที่สุด
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่วระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	4.22 มาก	4.00 มาก	4.22 มาก	4.50 มากที่สุด
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.35 มาก	4.06 มาก	4.44 มาก	3.00 ปานกลาง
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	4.61 มากที่สุด	4.31 มาก	4.78 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.52 มาก	4.25 มาก	4.78 มากที่สุด	4.00 มาก
โดยรวม	4.42 มาก	4.17 มาก	4.53 มากที่สุด	4.30 มาก

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อายุ 41-50 ปี (4.53) รองลงมาคืออายุ 51-60 ปี (4.30) อายุไม่เกิน 30 ปี (4.42) และอายุ 31-40 ปี (4.17)

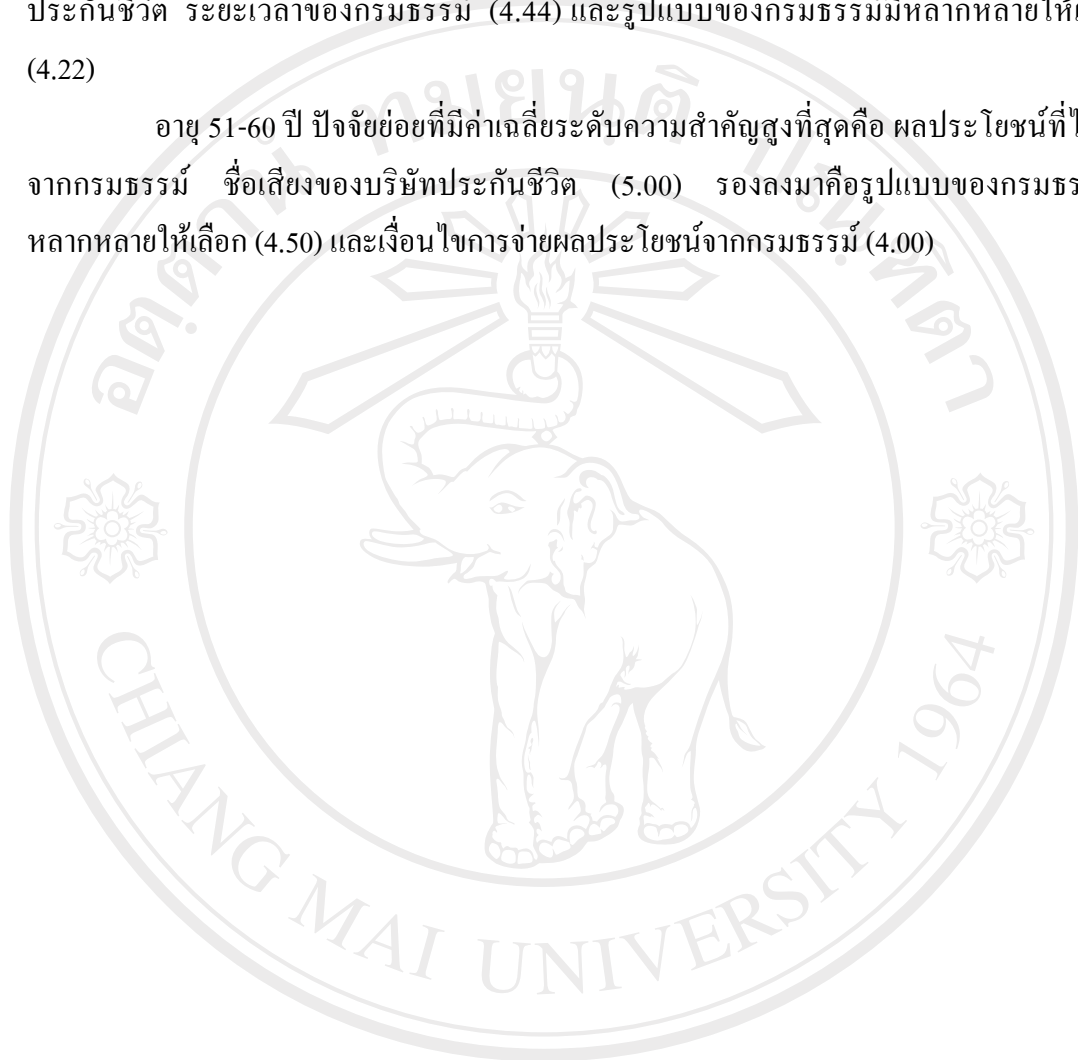
อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.61) รองลงมาคือ ชื่อ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.52) ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.39) และระยะเวลาของกรมธรรม์ (4.35)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.31) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.25) และ ระยะเวลาของกรมธรรม์ (4.06)



อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมธรรม์ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมธรรม์ (4.78) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ระยะเวลาของกรรมธรรม์ (4.44) และรูปแบบของกรรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (4.22)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมธรรม์ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (5.00) รองลงมาคือรูปแบบของกรรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (4.50) และเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมธรรม์ (4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์	4.13 มาก	4.19 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน	4.09 มาก	4.13 มาก	4.22 มาก	4.50 มากที่สุด
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หกเดือน หรือหนึ่งปี)	4.00 มาก	3.87 มาก	3.78 มาก	3.00 ปานกลาง
โดยรวม	4.07 มาก	4.06 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับอายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.13) รองลงมาคือระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.09) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.19) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.13) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.33) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.22) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.78)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.50) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกัน ชีวิตได้สะดวก	4.13 มาก	4.13 มาก	4.44 มาก	4.50 มากที่สุด
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	4.17 มาก	4.12 มาก	4.33 มาก	3.50 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.17 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.22 มาก	4.00 มาก	4.22 มาก	4.50 มากที่สุด
โดยรวม	4.17 มาก	4.09 มาก	4.25 มาก	4.13 มาก

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.22) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.17) และสามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.13)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.13) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.12) และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.00)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.44) รองลงมาคือชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.33) และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.22)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อกับ  
ตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.50) รองลงมา  
คือ มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.00) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 35 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.74 มาก	3.31 ปานกลาง	3.89 มาก	3.50 มาก
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.83 มาก	3.62 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.83 มาก	3.56 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.13 มาก	3.81 มาก	3.89 มาก	2.00 น้อย
โดยรวม	3.88 มาก	3.58 มาก	3.94 มาก	3.38 ปานกลาง

จากตาราง 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มสำหรับ

อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.13) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.83) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.74)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.81) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.62) และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.56)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (4.11) รองลงมาคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.89)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรรมธรรม์ (4.00) รองลงมาคือมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรรมธรรม์ (3.50) และมีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (2.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.17 มาก	4.06 มาก	4.44 มาก	4.00 มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.26 มาก	4.13 มาก	4.67 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.35 มาก	4.13 มาก	4.56 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.43 มาก	4.25 มาก	4.67 มากที่สุด	3.50 มาก
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	3.91 มาก	3.81 มาก	3.78 มาก	3.00 ปานกลาง
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	3.96 มาก	3.75 มาก	3.44 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	3.57 มาก	2.94 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.00 น้อย
โดยรวม	4.09 มาก	3.87 มาก	4.11 มาก	3.50 มาก

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิต มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.43) รองลงมาคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.35) และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.26)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.25) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.13) และมีความสุภาพอ่อนน้อม (4.06)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.67) รองลงมาคือมีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.56) และมีความสุภาพอ่อนน้อม (4.44)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.50) รองลงมาคือ มีความสุภาพอ่อนน้อม (4.00) และตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (3.50)



ตาราง 37 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ	3.96 มาก	3.56 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.65 มาก	3.62 มาก	3.78 มาก	3.00 มาก
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.78 มาก	3.75 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี	4.13 มาก	4.06 มาก	4.33 มาก	4.50 มาก
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์	3.83 มาก	3.81 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	3.87 มาก	3.76 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี (4.13) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.96) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.83)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี (4.06) รองลงมาคือ เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.81) และ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.75)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.33) รองลงมาคือ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (4.11) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.00)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.50) รองลงมาคือ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.00) และผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (3.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 38 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.00 มาก	4.19 มาก	4.44 มาก	4.50 มากที่สุด
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง	4.17 มาก	4.38 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด
3. มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม	4.26 มาก	4.13 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด
โดยรวม	4.14 มาก	4.23 มาก	4.37 มาก	4.50 มากที่สุด

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อายุ 51-60 ปี และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ อายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี

อายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.26) รองลงมาคือมีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.17) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.00)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.38) มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.19) และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.13)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.44) รองลงมาคือมีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.33)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.50)

ตาราง 39 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านผลผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.13 มาก	4.06 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด
2. มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.26 มาก	3.94 มาก	4.22 มาก	4.50 มากที่สุด
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง	4.09 มาก	3.94 มาก	3.67 มาก	3.50 มาก
โดยรวม	4.16 มาก	3.98 มาก	4.07 มาก	4.17 มาก

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับอายุไม่เกิน 30 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.26) รองลงมาคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.13) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง (4.09)

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.06) รองลงมาคือ มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง (3.94)

อายุ 41-50 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.33) รองลงมาคือ มีกรรมวิธีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.22) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมวิธีได้ด้วยตนเอง (3.67)

อายุ 51-60 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกิจกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.50) รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกิจกรรมได้ด้วยตนเอง (3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 40 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ  
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	4.43 มาก	4.26 มาก	5.00 มากที่สุด
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่ว ระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	4.23 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.27 มาก	4.16 มาก	4.00 มาก
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	4.60 มากที่สุด	4.47 มาก	5.00 มากที่สุด
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.57 มากที่สุด	4.26 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.42 มาก	4.23 มาก	4.80 มากที่สุด

จากตาราง 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และอยู่ในระดับมาก คือ โสด และสมรส

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.60) รองลงมาคือเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.57) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.43)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.47) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.26) และระยะเวลาของกรมธรรม์ (4.16)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดทำกัน 4 ปัจจัยคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสม

ทรัพย์สิน, แบบชำระระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ) ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม เงื่อนไขการ  
จ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม และระยะเวลาของกรรมกรรม (5.00) รองลงมาคือ ระยะเวลาของ  
กรรมกรรม (4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 41 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์	4.20 มาก	4.16 มาก	5.00 มากที่สุด
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน	4.23 มาก	3.95 มาก	5.00 มากที่สุด
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หกเดือน หรือหนึ่งปี)	4.03 มาก	3.63 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	4.16 มาก	3.91 มาก	4.67 มากที่สุด

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ โสด และสมรส

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.23) รองลงมาคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.20) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.03)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.16) ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (3.95) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.63)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ และระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (5.00) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)



ตาราง 42 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก	4.23 มาก	4.11 มาก	5.00 มากที่สุด
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	4.27 มาก	4.05 มาก	3.00 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.23 มาก	3.89 มาก	5.00 มากที่สุด
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.13 มาก	4.16 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.22 มาก	4.05 มาก	4.50 มากที่สุด

จากตาราง 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ โสด และสมรส

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.27) รองลงมาคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.23) และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.13)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.16) สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.11) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.05)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (5.00) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (3.00)

ตาราง 43 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
 ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.63 มาก	3.53 มาก	5.00 มากที่สุด
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.77 มาก	3.74 มาก	5.00 มากที่สุด
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.77 มาก	3.79 มาก	5.00 มากที่สุด
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.23 มาก	3.47 มาก	2.00 น้อย
โดยรวม	3.85 มาก	3.63 มาก	4.25 มาก

จากตาราง 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.23) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.77) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.63)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.79) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.74) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.53)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากัน 3 ปัจจัย คือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (5.00) รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (2.00)

ตาราง 44 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	มีคู่
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.13 มาก	4.21 มาก	5.00 มากที่สุด
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.17 มาก	4.47 มาก	5.00 มากที่สุด
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.30 มาก	4.32 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.43 มาก	4.37 มาก	3.00 มาก
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	3.73 มาก	4.00 มาก	3.00 มาก
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	3.80 มาก	3.68 มาก	4.00 มาก
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	3.20 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	2.00 น้อย
โดยรวม	3.97 มาก	4.06 มาก	3.86 มาก

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มสำหรับ

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.43) รองลงมาคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.30) และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.17)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.47) รองลงมาคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.37) และมีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.32)

สถานภาพฝ่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดเท่ากัน 3 ปัจจัย คือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (5.00) รองลงมาคือ มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต (4.00) และตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง (3.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 45 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ	3.87 มาก	3.95 มาก	5.00 มากที่สุด
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.63 มาก	3.68 มาก	3.00 ปานกลาง
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.83 มาก	3.79 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี	4.17 มาก	4.11 มาก	5.00 มากที่สุด
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์	3.80 มาก	3.89 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	3.86 มาก	3.88 มาก	4.60 มากที่สุด

จากตาราง 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ สมรส และ โสด

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.17) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.87) และเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.83)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.11) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.95) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.89)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดมากที่สุดเท่ากัน 4 ปัจจัยคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (5.00)  
รองลงมาคือ ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (3.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 46 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.20 มาก	4.05 มาก	5.00 มากที่สุด
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง	4.33 มาก	4.16 มาก	5.00 มากที่สุด
3. มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการ เรียกร้องค่าสินไหม	4.37 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.30 มาก	4.07 มาก	5.00 มากที่สุด

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ โสด และสมรส

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.37) รองลงมาคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.33) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.20)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.16) รองลงมาคือ ระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.05) และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.00)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (5.00)

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ด้านผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพ		
	โสด	สมรส	ม่าย
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.20 มาก	4.05 มาก	5.00 มากที่สุด
2. มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.23 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง	4.03 มาก	3.74 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.16 มาก	3.93 มาก	5.00 มากที่สุด

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ม่าย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ โสด และสมรส

สถานภาพโสด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.23) รองลงมาคือมีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.20) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.03)

สถานภาพสมรส ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.05) รองลงมาคือมีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.00) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (3.74)

สถานภาพม่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (5.00)



ตาราง 48 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	4.50 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่วระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	4.42 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.25 มาก	4.19 มาก	4.50 มากที่สุด
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	4.58 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.33 มาก	4.47 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.42 มาก	4.33 มาก	4.50 มากที่สุด

จากตาราง 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปริญญาโท และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.58) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.50) และ รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (4.42)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.53) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.47) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.36)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจาก  
 กรรมกรรม เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (5.00) รองลงมาคือ ระยะเวลาของกรรมกรรม  
 (4.50) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต และรูปแบบของกรรมกรรมมีหลากหลายให้เลือก (4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตาราง 49 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์	4.17 มาก	4.22 มาก	4.00 มาก
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน	4.17 มาก	4.17 มาก	3.50 มาก
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หกเดือน หรือหนึ่งปี)	3.83 มาก	3.83 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.06 มาก	4.07 มาก	4.17 มาก

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มสำหรับ

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.17) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.83)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.22) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.17) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.83)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต(5.00) รองลงมาคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.00) และระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (3.50)

ตาราง 50 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกัน ชีวิตได้สะดวก	4.42 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	4.17 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.08 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.25 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด
โดยรวม	4.23 มาก	4.13 มาก	4.38 มาก

จากตาราง 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการ  
จำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับ  
ตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.42) รองลงมาคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุก  
สาขา (4.25) และ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.17)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลาย  
ช่องทาง (4.17) รองลงมาคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก มีสาขา  
จำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทน  
หรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถติดต่อผ่าน  
ธนาคารได้ทุกสาขา (4.50) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.00)

ตาราง 51 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
 ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.58 มาก	3.61 มาก	4.00 มาก
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.83 มาก	3.78 มาก	3.50 มาก
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.83 มาก	3.81 มาก	3.50 มาก
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.58 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	3.71 มาก	3.80 มาก	3.75 มาก

จากตาราง 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.83) รองลงมาคือมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ และมีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.58)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.00) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.81) และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.78)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.00) รองลงมาคือ มี

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรรมธรรม์ (3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 52 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.25 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.42 มาก	4.25 มาก	4.50 มากที่สุด
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.42 มาก	4.25 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.25 มาก	4.39 มาก	5.00 มากที่สุด
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	3.92 มาก	3.78 มาก	4.00 มาก
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	3.83 มาก	3.72 มาก	4.00 มาก
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	3.58 มาก	3.17 ปานกลาง	2.50 ปานกลาง
โดยรวม	4.10 มาก	3.96 มาก	4.14 มาก

จากตาราง 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มสำหรับ

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.42) รองลงมาคือ มีความสุภาพอ่อนน้อม ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.25) และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง (3.92)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.39) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.25) และมีความสุภาพอ่อนน้อม (4.17)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (5.00) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.50) และมีความสุภาพอ่อนน้อม ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง และมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต (4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 53 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ	4.08 มาก	3.86 มาก	4.00 มาก
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.75 มาก	3.56 มาก	4.50 มากที่สุด
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.92 มาก	3.75 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี	4.25 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์	4.00 มาก	3.75 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.00 มาก	3.81 มาก	4.60 มากที่สุด

จากตาราง 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปริญญาโท และอยู่ในระดับมาก คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี (4.25) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (4.08) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.00)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี (4.11) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.86) และเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.75)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (5.00) รองลงมาคือ

ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี (4.50) และนโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 54 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.25 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง	4.25 มาก	4.25 มาก	5.00 มากที่สุด
3. มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าใน การเรียกร้องค่าสินไหม	4.25 มาก	4.19 มาก	5.00 มากที่สุด
โดยรวม	4.25 มาก	4.19 มาก	4.83 มากที่สุด

จากตาราง 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปริญญาโท และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.25)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.25) รองลงมาคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.19) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.11)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (5.00) รองลงมาคือมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.50)

ตาราง 55 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.42 มาก	4.06 มาก	4.50 มากที่สุด
2. มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.33 มาก	4.08 มาก	4.50 มากที่สุด
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง	4.17 มาก	3.83 มาก	4.50 มากที่สุด
โดยรวม	4.31 มาก	3.99 มาก	4.50 มากที่สุด

จากตาราง 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.42) รองลงมาคือ มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.33) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง (4.17)

ปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.08) รองลงมาคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.06) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง (3.83)

ปริญญาโท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง (4.50)

ตาราง 56 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ดำเนินธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต	4.20 มาก	4.60 มากที่สุด	4.26 มาก	4.78 มากที่สุด	3.67 มาก
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (แบบตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่วระยะเวลา และแบบเงินได้ประจำ)	4.40 มาก	4.40 มาก	4.09 มาก	4.22 มาก	3.33 มาก
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.60 มากที่สุด	4.30 มาก	4.22 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	4.60 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.40 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.33 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	4.44 มาก	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก	4.40 มาก	3.80 มาก

จากตาราง 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ดำเนินธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ระยะเวลาของกรมธรรม์ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.60) รองลงมาคือ รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.40) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.20)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ และเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.60) รองลงมาคือ รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (4.40) และ ระยะเวลาของกรมธรรม์ (4.30)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.57) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.52) และ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.26)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.78) รองลงมาคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ (4.67) และเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (4.33)

อื่นๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ระยะเวลาของกรมธรรม์ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์ (4.00) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (3.67) และรูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (3.33)

ตาราง 57 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ดำเนินธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
1. จำนวนเบี้ยประกันของ กรมธรรม์	4.00 มาก	4.10 มาก	4.39 มาก	4.44 มาก	2.67 ปานกลาง
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ย ประกัน	4.00 มาก	4.00 มาก	4.30 มาก	4.22 มาก	3.33 ปานกลาง
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกัน ชีวิต (รายเดือน สามเดือน, หก เดือน หรือหนึ่งปี)	4.00 มาก	4.10 มาก	3.96 มาก	3.67 มาก	3.00 ปานกลาง
โดยรวม	4.00 มาก	4.07 มาก	4.22 มาก	4.11 มาก	3.00 มาก

จากตาราง 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ดำเนินธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากับ 3 ปัจจัย คือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.10) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.00)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.39) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.30) และ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.96)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.44) รองลงมาคือระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน(4.22) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.67)

อื่นๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (3.33) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.00) และจำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (2.67)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 58 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ดำเนิน ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
1. สามารถติดต่อกับตัวแทน หรือบริษัทประกันชีวิตได้ สะดวก	4.40 มาก	4.40 มาก	4.17 มาก	4.11 มาก	3.67 มาก
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลาย ช่องทาง	4.40 มาก	4.30 มาก	4.22 มาก	4.00 มาก	3.33 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุม ทุกพื้นที่	4.20 มาก	4.30 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	3.33 มาก
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ ทุกสาขา	4.20 มาก	4.40 มาก	4.09 มาก	4.44 มาก	3.00 มาก
โดยรวม	4.30 มาก	4.35 มาก	4.16 มาก	4.14 มาก	3.33 มาก

จากตาราง 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก  
ทุกกลุ่ม สำหรับ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทน  
หรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.40) รองลงมาคือ มีสาขา  
จำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.20)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถ  
ติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.40)  
รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.30)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ชำระเบี้ย  
ประกันได้หลายช่องทาง (4.22) รองลงมาคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้

สะดวก มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.17) และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.09)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.44) รองลงมาคือสามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.11) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.00)

อื่นๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (3.67) รองลงมาคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (3.33) และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (3.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 59 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
 ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ดำเนิน ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.40 ปานกลาง	3.70 มาก	3.70 มาก	3.78 มาก	2.67 ปานกลาง
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.80 มาก	3.80 มาก	3.83 มาก	3.78 มาก	3.33 ปานกลาง
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.40 ปานกลาง	4.10 มาก	3.91 มาก	3.78 มาก	2.67 ปานกลาง
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.20 มาก	4.10 มาก	4.04 มาก	3.22 ปานกลาง	3.67 มาก
โดยรวม	3.70 มาก	3.93 มาก	3.87 มาก	3.64 มาก	3.08 ปานกลาง

จากตาราง 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม สำหรับ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.20) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.80) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.40)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.10) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.80) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.70)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.04) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.91) และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.83)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากัน 3 ปัจจัยคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.78) รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.22)

อื่นๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.67) รองลงมาคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.33) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (2.67)

ตาราง 60 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ดำเนินธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.20 มาก	4.10 มาก	4.35 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.20 มาก	4.40 มาก	4.35 มาก	4.44 มาก	3.33 ปานกลาง
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.20 มาก	4.50 มากที่สุด	4.35 มาก	4.44 มาก	3.33 ปานกลาง
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.20 มาก	4.50 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	4.11 มาก	3.33 ปานกลาง
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	4.20 มาก	4.20 มาก	3.83 มาก	3.44 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	4.00 มาก	4.00 มาก	3.83 มาก	3.44 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	4.00 มาก	3.40 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
โดยรวม	4.14 มาก	4.16 มาก	4.07 มาก	3.83 มาก	3.24 ปานกลาง

จากตาราง 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ นักศึกษา

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และดำเนินธุรกิจส่วนตัว และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ อื่น ๆ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากับ 5 ปัจจัย คือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง (4.20) รองลงมาคือ มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น (4.00)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.50) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.40) และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง (4.20)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.61) รองลงมาคือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.35) และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต (3.83)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.44) รองลงมาคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.11) และ มีความสุภาพอ่อนน้อม (4.00)

อื่น ๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด มีความสุภาพอ่อนน้อม (3.67) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (3.33) และ ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น (3.00)

ตาราง 61 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ดำเนิน ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
1. นโยบายของบริษัทตรงกับ ความต้องการ	3.60 มาก	4.00 มาก	3.96 มาก	4.22 มาก	3.00 ปาน กลาง
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคล ที่มีชื่อเสียง	3.60 มาก	4.00 มาก	3.65 มาก	3.33 ปานกลาง	3.33 ปาน กลาง
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.40 ปาน กลาง	4.10 มาก	3.91 มาก	3.56 มาก	4.00 มาก
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ ในเกณฑ์ดี	4.00 มาก	4.30 มาก	4.13 มาก	4.22 มาก	4.00 มาก
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของ ธนาคารพาณิชย์	3.80 มาก	4.20 มาก	3.91 มาก	3.56 มาก	3.33 ปาน กลาง
โดยรวม	3.68 มาก	4.12 มาก	3.91 มาก	3.78 มาก	3.53 มาก

จากตาราง 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.00) รองลงมาคือ เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.80) และนโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (3.60)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.30) รองลงมาคือ เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.20) และเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (4.10)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.13) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.96) และเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.91)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.22) รองลงมาคือเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.56) และผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (3.33)

อื่นๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.00) รองลงมาคือ ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.33) และนโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (3.00)



ตาราง 62 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ดำเนิน ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.20 มาก	4.10 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วน และถูกต้อง	4.20 มาก	4.20 มาก	4.43 มาก	4.22 มาก	3.67 มาก
3. มีการติดตามงานและแจ้งความ คืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม	4.20 มาก	4.20 มาก	4.43 มาก	4.11 มาก	3.33 มาก
โดยรวม	4.20 มาก	4.17 มาก	4.39 มาก	4.11 มาก	3.56 มาก

จากตาราง 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้  
ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับ

นักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีระบบ  
การให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง และมีการติดตามงาน  
และแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.20)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบ  
ข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม  
(4.20) รองลงมาคือมีระบบการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว (4.10)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบ  
ข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม  
(4.43) รองลงมาคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว (4.30)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีระบบข้อมูล  
ลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.22) รองลงมาคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการ  
เรียกร้องค่าสินไหม (4.11) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.00)

อื่น ๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (3.67) และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้อยค่าสินไหม (3.33)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 63 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ดำเนินธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.40 มาก	4.20 มาก	4.26 มาก	4.00 มาก	3.33 ปานกลาง
2. มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.60 มากที่สุด	4.10 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	3.00 ปานกลาง
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง	4.60 มากที่สุด	3.90 มาก	4.13 มาก	3.56 มาก	2.67 ปานกลาง
โดยรวม	4.53 มาก	4.07 มาก	4.23 มาก	3.85 มาก	3.00 ปานกลาง

จากตาราง 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับนักศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง (4.60) รองลงมาคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.40)

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.20) รองลงมาคือ มีกรมธรรม์หลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.10) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง (3.90)

พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.30) รองลงมาคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.26) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.13)

ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.00) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (3.56)

อื่น ๆ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (3.33) รองลงมาคือ มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (3.00) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (2.67)

ตาราง 64 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. ชื่อเสียงของบริษัทประกัน ชีวิต	4.23 มาก	4.36 มาก	4.75 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.25 มาก
2. รูปแบบของกรมธรรม์มี หลากหลายให้เลือก (แบบ ตลอดชีพ, แบบสะสมทรัพย์, แบบชั่วระยะเวลา และแบบ เงินได้ประจำ)	4.38 มาก	4.00 มาก	4.38 มาก	4.62 มากที่สุด	2.67 ปาน กลาง	3.75 มาก
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์	4.46 มาก	3.93 มาก	4.63 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	3.25 ปาน กลาง
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจาก กรมธรรม์	4.46 มาก	4.36 มาก	5.00 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.33 มาก	4.50 มาก ที่สุด
5. เงินไขการจ่าย ผลประโยชน์จากกรมธรรม์	4.38 มาก	4.43 มาก	4.87 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	4.38 มาก	4.21 มาก	4.73 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	3.80 มาก	3.95 มาก

จากตาราง 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 - 15,000 บาท รายได้ 30,001 - 40,000 บาท และรายได้

มากกว่า 40,000 บาท และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รายได้ 15,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ระยะเวลาของกรรมกรรม ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (4.46) รองลงมาคือ รูปแบบของกรรมกรรมมีหลากหลายให้เลือก เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.38) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.23)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.43) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (4.36) และ รูปแบบของกรรมกรรมมีหลากหลายให้เลือก (4.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (5.00) เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.87) และชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.75)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (4.75) รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.63) และ รูปแบบของกรรมกรรมมีหลากหลายให้เลือก (4.62)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (4.33) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ระยะเวลาของกรรมกรรม และเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.00) และรูปแบบของกรรมกรรมมีหลากหลายให้เลือก (2.67)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมกรรม (4.50) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต (4.25) และเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์จากกรรมกรรม (4.00)

ตาราง 65 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ  
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. จำนวนเบี้ยประกันของ กรมธรรม์	3.92 มาก	4.07 มาก	4.63 มากที่สุด	4.62 มาก ที่สุด	3.67 มาก	4.25 มาก
2. ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ย ประกัน	4.15 มาก	4.07 มาก	4.25 มาก	4.37 มาก	3.33 มาก	4.25 มาก
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ย ประกันชีวิต (รายเดือน สาม เดือน, หกเดือน หรือหนึ่งปี)	3.92 มาก	3.93 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	3.33 มาก	2.50 มาก
โดยรวม	4.00 มาก	4.02 มาก	4.46 มาก	4.33 มาก	3.44 มาก	3.67 มาก

จากตาราง 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.15) รองลงมาคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ และ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.92)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.07) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.93)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.63) รองลงมาคือ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.50) และระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (4.62) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.37) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (4.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ (3.67) รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (3.33)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ระยะเวลาที่ต้องชำระเบี้ยประกัน (4.25) และเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันชีวิต (2.50)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 66 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก	4.46 มาก	3.79 มาก	4.63 มากที่สุด	4.25 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	4.15 มาก	4.07 มาก	4.13 มาก	4.37 มาก	4.00 มาก	4.25 มาก
3. มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.38 มาก	3.86 มาก	4.25 มาก	4.38 มาก	3.67 มาก	3.75 มาก
4. สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.23 มาก	3.86 มาก	4.38 มาก	4.50 มากที่สุด	3.67 มาก	4.25 มาก
โดยรวม	4.31 มาก	3.89 มาก	4.34 มาก	4.37 มาก	3.83 มาก	4.06 มาก

จากตาราง 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.46) มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.38) สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.23)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.07) รองลงมาคือ มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุก

พื้นที่ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (3.86) และสามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (3.79)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.63) รองลงมาคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.38) และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.50) รองลงมาคือ มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (4.38) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.37)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (4.00) มีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (3.67)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา (4.25) รองลงมาคือ สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก (4.00) และมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (3.75)

ตาราง 67 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 บาท	15,001 บาท	20,001 บาท	30,001 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.46 มาก	3.64 มาก	4.13 มาก	4.00 มาก	3.33 มาก	2.50 ปานกลาง
2. มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ	3.85 มาก	3.79 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	2.50 ปานกลาง
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.62 มาก	3.86 มาก	4.12 มาก	3.88 มาก	3.67 มาก	3.50 มาก
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิต เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.77 มาก	4.14 มาก	4.63 มากที่สุด	3.75 มาก	3.00 มาก	3.00 ปานกลาง
โดยรวม	3.67 มาก	3.86 มาก	4.25 มาก	3.91 มาก	3.42 มาก	2.88 ปานกลาง

จากตาราง 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ รายได้เฉลี่ย ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท รายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มากกว่า 40,000 บาท

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุด คือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.85)

รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.77) และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.62)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.14) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.86) มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (3.79)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (4.63) รองลงมาคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (4.13) และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (4.12)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (4.00) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.88) และมีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.75)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.67) รองลงมาคือ มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.33) และมีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ (3.50) รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ของบริษัทประกันชีวิตเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (3.00) และมีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ และมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างสม่ำเสมอ (2.50)

ตาราง 68 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. มีความสุภาพอ่อนน้อม	4.31 มาก	4.07 มาก	4.38 มาก	4.38 มาก	4.00 มาก	3.50 มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.31 มาก	4.14 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก	4.00 มาก
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	4.31 มาก	4.29 มาก	4.62 มากที่สุด	4.38 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
4. ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.23 มาก	4.43 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก	4.25 มาก
5. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง	4.08 มาก	3.57 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก	4.00 มาก	3.50 มาก
6. มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต	4.00 มาก	3.64 มาก	4.12 มาก	3.88 มาก	3.67 มาก	2.50 ปาน กลาง
7. ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นญาติเท่านั้น	3.69 มาก	3.07 มาก	3.63 มาก	3.38 มาก	2.33 น้อย	2.00 น้อย
โดยรวม	4.13 มาก	3.89 มาก	4.25 มาก	4.11 มาก	3.81 มาก	3.39 มาก

จากตาราง 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดเท่ากัน 3 ปัจจัย คือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.31) รองลงมาคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.23) และตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นพนักงานธนาคารที่มีชื่อเสียง (4.08)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.43) รองลงมาคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.29) และ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.14)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.62) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.50) และ มีความสุภาพอ่อนน้อม (4.38)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.50) รองลงมาคือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.38) และมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต (3.88)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.33) รองลงมาคือ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.00) และมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับตัวแทนประกันชีวิต (3.67)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (4.25) รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (4.00) และมีความสุภาพอ่อนน้อม (3.50)

ตาราง 69 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ  
ประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. นโยบายของบริษัทตรงกับ ความต้องการ	3.92 มาก	3.57 มาก	4.38 มาก	4.25 มาก	3.67 มาก	3.75 มาก
2. ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคล ที่มีชื่อเสียง	3.69 มาก	3.14 ปาน กลาง	4.25 มาก	3.87 มาก	3.67 มาก	3.50 มาก
3. เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.15 มาก	3.36 ปาน กลาง	4.37 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	3.25 ปาน กลาง
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ ในเกณฑ์ดี	4.23 มาก	3.86 มาก	4.50 มาก ที่สุด	4.50 มาก ที่สุด	4.00 มาก	3.75 มาก
5. เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของ ธนาคารพาณิชย์	4.00 มาก	3.57 มาก	4.37 มาก	4.13 มาก	3.33 มาก	3.25 ปาน กลาง
โดยรวม	4.00 มาก	3.50 มาก	4.38 มาก	4.15 มาก	3.67 มาก	3.49 มาก

จากตาราง 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.23) รองลงมาคือ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (4.15) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (3.86) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.57) และ เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.36)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.50) และนโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (4.38) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.37)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.50) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ (4.25) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (4.13)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี (4.00) รองลงมาคือ นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการ ผู้บริหารของบริษัทเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (3.67) และเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์ (3.33)



ตาราง 70 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว	4.15 มาก	4.14 มาก	4.38 มาก	4.25 มาก	3.67 มาก	4.00 มาก
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วน และถูกต้อง	4.15 มาก	4.21 มาก	4.62 มาก	4.50 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
3. มีการติดตามงานและแจ้งความ คืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม	4.15 มาก	4.29 มาก	4.38 มาก	4.63 มาก	3.33 มาก	4.00 มาก
โดยรวม	4.15 มาก	4.21 มาก	4.46 มาก	4.46 มาก	3.67 มาก	4.00 มาก

จากตาราง 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่ใช้  
ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก  
ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุด  
เท่ากับ 3 ปัจจัย คือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและ  
ถูกต้อง และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.15)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูง  
ที่สุดคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.29) รองลงมาคือ มี  
ระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.21) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว  
(4.14)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.62) รองลงมาคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.38)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.63) รองลงมาคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.50) และมีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง (4.00) รองลงมาคือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว (3.67) และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (3.33)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีระบบการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง และมีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม (4.15)

ตาราง 71 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลผลิตภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม	4.23 มาก	4.14 มาก	4.38 มาก	4.13 มาก	3.67 มาก	4.00 มาก
2. มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	4.23 มาก	4.14 มาก	4.38 มาก	4.25 มาก	3.67 มาก	3.75 มาก
3. ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง	4.15 มาก	3.93 มาก	4.25 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	2.75 ปานกลาง
โดยรวม	4.21 มาก	4.07 มาก	4.33 มาก	4.13 มาก	3.67 มาก	3.50 มาก

จากตาราง 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลผลิตภาพที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม สำหรับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.23) รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.15)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.14) รองลงมาคือลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.38) รองลงมาคือลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4.25) รองลงมาคือมีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.13) และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (4.00)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัย คือ มีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสมมีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (3.67)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดคือ มีมีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการในเวลาที่เหมาะสม (4.00) รองลงมาคือมีกรรมกรรมหลายรูปแบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (3.75) และความสำคัญระดับปานกลาง คือ ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของกรรมกรรมได้ด้วยตนเอง (2.75)

## ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามแบ่งแยกเป็น ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิต และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์

### 1. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ
- เป็นการวางแผนทางการเงินในอนาคต วางแผนการดำรงชีวิตในเรื่องความคุ้มครองและการออมเงิน เป็นหลักประกันอย่างมั่นคงต่อครอบครัว เมื่อเจ็บป่วยสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ แต่ละปีมีเงินปันผล	4
- ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ควรให้โดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าซักถาม	1
- เป็นการออมและการลงทุนที่ดี ได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น	2
- ต้องการได้รับการบริการอย่างรวดเร็วในเรื่องต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาในการจัดการปัญหา การเคลมประกัน และต้องการให้มีการติดตามลูกค้าหลังการขาย	4
- ไม่ชอบให้พนักงานตามตื้อลูกค้า	1

### 2. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ
- ส่วนใหญ่ลูกค้าซื้อเพราะเกรงใจพนักงาน	1
- ภาพลักษณ์ดี แต่พนักงานยังไม่มีสมาธิในผลิตภัณฑ์ดีพอ หากต้องการเคลม ลูกค้าก็ต้องเป็นฝ่ายมาหาพนักงาน	1
- เห็นด้วยที่มีการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ แต่ควรเพิ่มการออมเงินซึ่งได้ผลตอบแทนสูงกว่า หากเป็นด้านสุขภาพ ควรผ่านบริษัทหรือตัวแทนโดยตรง	3
- ธนาคารมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อ และเป็นทางเลือกใหม่ในการซื้อความคุ้มครองให้ชีวิต	3