

ชวลิต หาเรือนพีชน์. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์
ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทน
คุณสมพงษ์. การค้นคว้าอิสระ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา :
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กิติมา ทามาลี**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ายที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายที่ตัดสินใจของลูกค้ายที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ายที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ จำนวน 305 คน โดยได้วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ LSD. ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ายส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท งดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบรายเดือน และทุนประกันชีวิต 100,001 – 200,000 บาท

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านการบริการ ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ายต่างกัน ผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทน คุณสมพงษ์ โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ายที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ทำประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านบริการ แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการบริการ แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน และทุนประกันชีวิตต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านการบริการแตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีงดการชำระเบี้ยประกันชีวิตต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

Chawalit Harueanpuet. (2008). **Factors Affecting Decision in Applying for Life Insurance with Saving of American International Assurance Co.,Ltd at Khun Sompong's Agency.** An Independent Study for Master of Business Administration (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor: Dr. Kitima Tamalee

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the fundamental factors affecting customers' decision in applying for life insurances with saving of American International Assurance Co., Ltd. at Khun Sompong's Agency; 2) investigate the factors affecting the customers' decision in applying for the life insurance with saving; 3) compare the factors affecting the customers' decision in applying for the life insurance in relation to the fundamental factors. The samples were 305 customers applying for life insurances with saving of American International Assurance Co., Ltd. at Khun Sompong's Agency. Statistical analysis was performed employing percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and LSD. The findings are indicated as followed:

1. Most customers were male, aging at least 46 years old, all married, obtaining bachelor's degrees or upper, worked for private companies and earned 10,001 – 20,000 baht per month. They paid for the assurances with monthly installment plans and their investment for the life insurances were during 100,001 – 200,000 baht.

2. High levels of the factors affecting the customers' decision in applying for the life assurances were revealed on the life insurance products, the services, the remunerations, the prices, the distribution channels and the marketing promotion.

3. The customers' fundamental factors were revealed differently. Differences in the customers' decision in applying for the life insurances at Khun Sompong's agency were found as a whole, but when each aspect was considered; it indicated that differences in the customers' genders affected differences in their decision in applying for life insurances on marketing promotion. Differences in the customers' ages affected differences in their decision in applying for the life insurances on the life insurance products and the services. Differences in the customers' marital status affected differences in their decision in applying for the life insurances on the life insurance products, the prices, the distribution channels and the services. Differences in the customers' occupations, monthly incomes, and the sum insured for the life insurances affected differences in their decision in applying for the life insurance on the services. Differences in the customers' premium payment period affected differences in their decision in applying for the life insurances on the life assurance products, the marketing promotion, and the

services with statistically significant level of .05; but differences in the customers' education levels did not affect differences in their decision in applying for the life insurances.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับกรุณาจาก ดร.กิตติมา ทามาลี ประธานกรรมการที่ปรึกษาแนะนำ รองศาสตราจารย์ ลำยอง ปลั่งกลาง ดร.สะอาด บรรณเจตฤทธิ ที่กรุณาเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาท วิชาความรู้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ ประสานงานและช่วยเหลือมาตลอดงานวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ขอบคุณ พี่ น้องและเพื่อนทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา จนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ชวลิต หาเรือนพีชน์