

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ศึกษาความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ เปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ตัดสินใจของลูกค้ำและความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด โดยวิธีการเก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 305 ชุด เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย เอกซ่า ประกันชีวิต จำกัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของตาราง แบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัดกับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับการตัดสินใจและระดับความต้องการ
$S.D.$	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน งดการชำระเบี้ยประกัน และทุนประกันชีวิต โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละแสดงผลในตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	305	100.0
เพศ		
ชาย	143	46.9
หญิง	162	53.1
อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	61	20.0
26 – 35 ปี	40	13.1
36 – 45 ปี	114	37.4
46 ปีขึ้นไป	90	29.5
สถานภาพ		
โสด	131	43.0
สมรส	154	50.5
หม้าย/หย่าร้าง	20	6.6

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	305	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	84	27.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	86	28.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	59	19.3
อนุปริญญา/ปวส.	49	16.1
ปริญญาตรีขึ้นไป	27	8.9
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	88	28.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	92	30.2
พนักงานบริษัทเอกชน	101	33.1
รับราชการ	12	3.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.9
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	10	3.3
10,001 – 20,000 บาท	142	46.6
20,001 – 30,000 บาท	112	36.7
30,001 บาทขึ้นไป	41	13.4
งวดการชำระเบี้ยประกัน		
รายเดือน	30	9.8
ราย 3 เดือน	87	28.5
ราย 6 เดือน	88	28.9
รายปี	100	32.8

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	305	100.0
ทุนประกันชีวิต		
ไม่เกิน 100,000 บาท	30	9.8
100,001 – 200,000 บาท	172	56.4
200,001 – 300,000 บาท	61	20.0
300,001 บาทขึ้นไป	42	13.8

จากตาราง 2 พบว่า ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 305 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 ลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 มีสถานภาพสมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 งดการชำระเบี้ยประกันแบบรายปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และทุนประกันชีวิต 100,001 – 200,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทไทย เอกซ่าประกันชีวิต จำกัด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทไทย เอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ประกอบด้วย ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลในตาราง 3 - 9

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต

ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท	3.29	1.28	ปานกลาง
2. ความเหมาะสมของแบบประกัน	3.56	1.19	มาก
3. แบบประกันมีลักษณะเด่น	3.33	1.08	ปานกลาง
4. รายละเอียดของกรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ ง่าย	3.58	1.01	มาก
5. ช่วยสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้แก่ ผู้เอาประกันชีวิตและครอบครัว	3.62	1.08	มาก
6. สามารถเปลี่ยนงวดชำระเบี้ยประกันได้	3.25	1.16	ปานกลาง
โดยรวม	3.44	.84	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = .84) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ในระดับมาก

เกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อเสี่ยง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท แบบประกันมีลักษณะเด่น และสามารถ
เปลี่ยนงวดชำระเบี้ยประกันได้ มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำ
ประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ระยะเวลาการผ่อนชำระเบี้ยประกัน	3.34	1.32	ปานกลาง
2. เลือกวิธีชำระเบี้ยประกันได้หลายวิธี	3.26	1.12	ปานกลาง
3. การแจ้งอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจน	3.42	.98	มาก
4. อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับแบบ ประกัน	3.29	1.24	ปานกลาง
โดยรวม	3.33	.99	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัท
กรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. =
.99) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง
เกือบทุกข้อ ยกเว้นการแจ้งอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจน มีการตัดสินใจในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. วิธีนำเสนอของตัวแทน	3.42	1.13	มาก
2. ทำเลที่ตั้งมองเห็นง่าย	3.43	1.13	มาก
3. ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน	3.52	1.07	มาก
4. ความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต	3.22	1.04	ปานกลาง
โดยรวม	3.40	.89	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = .89) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน	3.59	1.19	มาก
2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.33	1.11	ปานกลาง
3. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	3.59	1.23	มาก
4. การจัดกิจกรรมบริการสังคม	3.42	1.19	มาก
5. การแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต	3.16	1.24	ปานกลาง
โดยรวม	3.42	.98	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = .98) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และการแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การบริการของตัวแทน	3.21	1.06	ปานกลาง
2. ตัวแทนอธิบายหรือสื่อสารเข้าใจง่าย	3.68	1.04	มาก
3. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	3.72	.96	มาก
4. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.04	1.03	มาก
5. ความสะดวกสบายของสถานที่จอดรถ	3.96	1.12	มาก
6. ความรวดเร็วในการเรียกร้องสินไหมทดแทน	3.98	1.11	มาก
7. การได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอจาก ตัวแทน	3.67	.71	มาก
8. ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์	3.60	1.15	มาก
โดยรวม	3.73	.79	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .79) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านการบริการ อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นการบริการของตัวแทน มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านผลตอบแทน

ด้านผลตอบแทน	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. สามารถกู้ยืมได้โดยมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน	4.11	1.11	มาก
2. สามารถเพิ่มหรือลดวงเงินประกันชีวิตได้	3.98	1.12	มาก
3. เงินสินไหมทดแทนในอัตราที่เหมาะสม	4.00	.97	มาก
4. สิทธิในการหักลดหย่อนภาษี	3.86	1.06	มาก
5. สิทธิในการหยุดส่งเบี้ยประกันและให้มีความคุ้มครองตามวงเงินที่ส่งได้	3.65	.88	มาก
โดยรวม	3.92	.90	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านผลตอบแทน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .90) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านผลตอบแทน อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัยจำกัด โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัยจำกัด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	3.44	.84	มาก
2. ด้านราคา	3.33	.99	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	.89	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42	.98	มาก
5. ด้านการบริการ	3.73	.79	มาก
6. ด้านผลตอบแทน	3.92	.90	มาก
ภาพรวม	3.54	.65	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัยจำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = .65) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัยจำกัด ในระดับมากเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านราคา มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด

ผลการวิเคราะห์ความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และงวดการชำระเบี้ยประกัน โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลในตาราง 10 - 13

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต

แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แบบชั่วระยะเวลาหรือ จำนวนเวลา	3.53	1.12	มาก
2. แบบสะสมทรัพย์	3.40	1.19	มาก
3. แบบตลอดชีพ	3.79	1.10	มาก
4. แบบรายได้ประจำหรือแบบบำนาญ	3.93	1.05	มาก
โดยรวม	3.66	.99	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .99) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต

วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ชำระด้วยเงินสดผ่านจุดบริการ	3.62	1.27	มาก
2. การหักบัญชีผ่านธนาคาร	3.27	1.05	ปานกลาง
3. การหักผ่านบัตรเครดิต	3.56	1.04	มาก
4. ชำระผ่านเครื่องกดเงินอัตโนมัติ	4.01	1.02	มาก
โดยรวม	3.62	1.02	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.02) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นการหักบัญชีผ่านธนาคาร มีความต้องการในระดับปานกลาง

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการชำระเบี้ยประกัน

งวดการชำระเบี้ยประกัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. รายเดือน	4.02	.97	มาก
2. รายสามเดือน	3.89	1.03	มาก
3. รายหกเดือน	3.91	.96	มาก
4. รายปี	3.95	.77	มาก
โดยรวม	3.94	.79	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ลูกค้ามีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการชำระเบี้ยประกัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = .79) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการชำระเบี้ยประกัน อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด โดยภาพรวม

ความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	3.66	.99	มาก
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	3.62	1.02	มาก
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกัน	3.94	.79	มาก
ภาพรวม	3.74	.88	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = .88) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ำมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ในระดับมากทุกด้าน

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แอช่าประกันชีวิต จำกัด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า
 แสดงผลในตาราง 14 - 41 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำ
 ประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำ
 ประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด แตกต่างกัน

ตาราง 14 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
 บริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามเพศ

ระดับการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย (n = 143)		หญิง (n = 162)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	3.43	.80	3.44	.88	-.085	.932
2. ด้านราคา	3.41	1.04	3.26	.94	1.304	.193
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.50	1.00	3.31	.78	1.824	.069
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	1.05	3.40	.93	.433	.665
5. ด้านการบริการ	3.82	.73	3.66	.83	1.805	.072
6. ด้านผลตอบแทน	3.92	.88	3.92	.91	-.041	.967
รวม	3.59	.69	3.50	.61	1.194	.233

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มี
 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้าน
 กรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการ
 บริการ และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามอายุ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	11.285	3	3.762	5.469	.001*
	ภายในกลุ่ม	207.017	301	.688		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	6.242	3	2.081	2.124	.097
	ภายในกลุ่ม	294.876	301	.980		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	18.809	3	6.270	8.348	.000*
	ภายในกลุ่ม	226.073	301	.751		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	12.348	3	4.116	4.361	.005*
	ภายในกลุ่ม	284.073	301	.944		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.241	3	3.414	5.645	.001*
	ภายในกลุ่ม	182.024	301	.605		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	4.707	3	1.569	1.939	.123
	ภายในกลุ่ม	243.528	301	.809		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.307	3	1.102	2.626	.050*
	ภายในกลุ่ม	126.369	301	.420		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 16 - 19

ตาราง 16 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี			.4381*	
46 ปีขึ้นไป	.3303*	.6042*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.4381) และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.3303) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.6042)

ตาราง 17 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี	.3604*	.3155*		
46 ปีขึ้นไป	.6429*	.5979*	.2825*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่าลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.3604) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.3155) และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.6429) มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.5979) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี (.2825)

ตาราง 18 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี	.4582*	.3682*		
46 ปีขึ้นไป	.4617*	.3717*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.4582) และ
 มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.3682) และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการ
 ตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ
 ไม่เกิน 25 ปี (.4617) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.3717)

ตาราง 19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการบริการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				.3264*
26 – 35 ปี				.3906*
36 – 45 ปี				.4300*
46 ปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการบริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.3264) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.3906) และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.4300)

ตาราง 20 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามสถานภาพสมรส

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	9.144	2	4.572	6.602	.002*
	ภายในกลุ่ม	209.157	302	.693		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	20.456	2	10.228	11.006	.000*
	ภายในกลุ่ม	280.662	302	.929		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	16.072	2	8.036	10.606	.000*
	ภายในกลุ่ม	228.811	302	.758		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	15.672	2	7.836	8.429	.000*
	ภายในกลุ่ม	280.749	302	.930		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.369	2	.185	.291	.748
	ภายในกลุ่ม	191.895	302	.635		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	.041	2	.021	.025	.975
	ภายในกลุ่ม	248.194	302	.822		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.553	2	3.276	8.036	.000*
	ภายในกลุ่ม	123.123	302	.408		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 21 - 24

ตาราง 21 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย/หย่าร้าง	.7218*	.5890*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.7218) และมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส (.5890)

ตาราง 22 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.4173*		
หม้าย/หย่าร้าง	.8851*	.4679*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.4173) และส่วนลูกค้าที่มี
 สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.8851) และมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพ
 สมรส (.4679)

ตาราง 23 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส		.3955*	
หม้าย/หย่าร้าง		.7310*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.3955)
 และส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกัน
 ชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.7310)

ตาราง 24 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส		.4227*	
หม้าย/หย่าร้าง		.6305*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.4227) และ
 ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
 บริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.6305)

ตาราง 25 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามการศึกษา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.522	4	.630	.876	.478
	ภายในกลุ่ม	215.780	300	.719		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.461	4	1.865	1.906	.109
	ภายในกลุ่ม	293.657	300	.979		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.032	4	.508	.628	.643
	ภายในกลุ่ม	242.850	300	.810		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	15.933	4	3.983	4.260	.002*
	ภายในกลุ่ม	280.488	300	.935		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.964	4	3.241	5.423	.000*
	ภายในกลุ่ม	179.301	300	.598		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	19.046	4	4.762	6.233	.000*
	ภายในกลุ่ม	229.189	300	.764		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.959	4	1.240	2.982	.019*
	ภายในกลุ่ม	124.717	300	.416		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 26 - 28

ตาราง 26 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น	.4867*		.4571*		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.					
อนุปริญญา/ปวส.	.4915*		.4619*		
ปริญญาตรีขึ้นไป					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.4867) และมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.4571) และส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.4915) และมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.4619)

ตาราง 27 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น					
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.					
อนุปริญญา/ปวส.	.3678*		.3282*		
ปริญญาตรีขึ้นไป	.7001*	.5490*	.6605*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษานอนุปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการบริการ มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.3678) และมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.3282) และส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.7001) มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.5490) และมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.6605)

ตาราง 28 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านผลตอบแทน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น					
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	.4360*	.3144*			
อนุปริญญา/ปวส.	.3840*				
ปริญญาตรีขึ้นไป	.8421*	.7204*	.4060*	.4580*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยแยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านผลตอบแทน มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.4360) และมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.3144) ส่วนลูกค้ำที่มีระดับการศึกษานอนุปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยแยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.3840) และส่วนลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยแยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (.8421) มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.7204) มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.4060) และมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษานอนุปริญญา/ปวส. (.4580)

ตาราง 29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามอาชีพ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	10.165	4	2.541	3.663	.006*
	ภายในกลุ่ม	208.136	300	.694		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	12.427	4	3.107	3.229	.013*
	ภายในกลุ่ม	288.691	300	.962		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	11.962	4	2.990	3.852	.005*
	ภายในกลุ่ม	232.921	300	.776		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	16.043	4	4.011	4.291	.002*
	ภายในกลุ่ม	280.377	300	.935		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.971	4	.243	.381	.822
	ภายในกลุ่ม	191.294	300	.638		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	2.504	4	.626	.764	.549
	ภายในกลุ่ม	245.731	300	.819		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.602	4	1.151	2.760	.028*
	ภายในกลุ่ม	125.074	300	.417		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัดด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 30 - 33

ตาราง 30 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท เอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นักศึกษา					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					
รับราชการ	.7487*	.7440*	.8604*		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ			.5410*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.7487) มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (.7440) และมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.8604) และส่วนลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แอช่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.5410)

ตาราง 31 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท เอกชน	พนักงาน รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นักศึกษา					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					
รับราชการ	.7083*	.8822*	.9651*		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.7083) มากกว่า
 ลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (.8822) และมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
 (.9651)

ตาราง 32 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท เอกชน	พนักงาน รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นักศึกษา					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					
รับราชการ		.5797*	.6691*		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.5682*	7255*	.8150*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจ
 ส่วนตัว (.5797) และมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.6691) และส่วนลูกค้าที่มีอาชีพ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทยแยก
 ชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5682) มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพ
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว (.7255) และมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.8150)

ตาราง 33 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท เอกชน	พนักงาน รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นักศึกษา					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					
รับราชการ	.6780*	.6080*	.8152*		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.8447*	.7746*	.9818*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทย
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา
 (.6780) มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (.6080) และมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงาน
 บริษัทเอกชน (.8152) และส่วนลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
 ของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทของไทยแยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา (.8447) มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (.7746) และมากกว่า
 ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.9818)

ตาราง 34 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามรายได้

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.805	3	.935	1.306	.273
	ภายในกลุ่ม	215.497	301	.716		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.884	3	2.628	2.698	.046*
	ภายในกลุ่ม	293.234	301	.974		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.964	3	.321	.396	.756
	ภายในกลุ่ม	243.919	301	.810		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.568	3	1.856	1.921	.126
	ภายในกลุ่ม	290.853	301	.966		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.353	3	1.451	2.324	.075
	ภายในกลุ่ม	187.912	301	.624		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	.924	3	.308	.375	.771
	ภายในกลุ่ม	247.311	301	.822		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.798	3	.599	1.410	.240
	ภายในกลุ่ม	127.878	301	.425		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านราคาแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 35

ตาราง 35 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้	ไม่เกิน 10,000 10,001 – 20,000 20,001 – 30,000 30,001 บาทขึ้นไป			
	บาท	บาท	บาท	บาท
ไม่เกิน 10,000 บาท			.6643*	
10,001 – 20,000 บาท				
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาทขึ้นไป			.3881*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท (.6643) และส่วนลูกค้าที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท (.3881)

ตาราง 36 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามงวดการชำระเบี้ยประกัน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	7.743	3	2.581	3.689	.012*
	ภายในกลุ่ม	210.559	301	.700		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	8.821	3	2.940	3.028	.030*
	ภายในกลุ่ม	292.297	301	.971		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.140	3	1.713	2.151	.094
	ภายในกลุ่ม	239.742	301	.796		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.664	3	.888	.910	.437
	ภายในกลุ่ม	293.756	301	.976		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.537	3	.512	.809	.490
	ภายในกลุ่ม	190.728	301	.634		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	7.349	3	2.450	3.061	.029*
	ภายในกลุ่ม	240.887	301	.800		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.007	3	.669	1.577	.195
	ภายในกลุ่ม	127.669	301	.424		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา และด้านผลตอบแทนแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 37 - 39

ตาราง 37 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามงวดการชำระเบี้ยประกันเป็นรายคู่

งวดการชำระเบี้ยประกัน	รายเดือน	ราย 3 เดือน	ราย 6 เดือน	รายปี
รายเดือน			.4314*	
ราย 3 เดือน			.3611*	
ราย 6 เดือน				
รายปี				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันรายเดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่าลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน (.4314) และส่วนลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 3 เดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน (.3611)

ตาราง 38 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา จำแนกตามงวดการชำระเบี้ยประกันเป็นรายคู่

งวดการชำระเบี้ยประกัน	รายเดือน	ราย 3 เดือน	ราย 6 เดือน	รายปี
รายเดือน			.4290*	
ราย 3 เดือน			.3916*	
ราย 6 เดือน				
รายปี				.3315*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันรายเดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกัน
 ชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกัน
 ราย 6 เดือน (.4290) ส่วนลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 3 เดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการ
 ตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีงวด
 การชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน (.3916) และส่วนลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันรายปี มีปัจจัย
 ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ แยกชำประกันชีวิต จำกัด มากกว่า
 ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน (.3315)

ตาราง 39 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ
 แยกชำประกันชีวิต จำกัด ด้านผลตอบแทน จำแนกตามงวดการชำระเบี้ยประกันเป็นรายคู่

งวดการชำระเบี้ยประกัน	รายเดือน	ราย 3 เดือน	ราย 6 เดือน	รายปี
รายเดือน				
ราย 3 เดือน				.3038*
ราย 6 เดือน				.3673*
รายปี				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
 ลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 3 เดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกัน
 ชีวิตบริษัทกรุงเทพ จำกัด ด้านผลตอบแทน มากกว่าลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ย
 ประกันรายปี (.3038) และส่วนลูกค้าที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการ
 ตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพ จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีงวด
 การชำระเบี้ยประกันรายปี (.3673)

ตาราง 40 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิต
บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามทุนประกันชีวิตประกัน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.087	3	1.029	1.439	.231
	ภายในกลุ่ม	215.214	301	.715		
	รวม	218.301	304			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	6.785	3	2.262	2.313	.076
	ภายในกลุ่ม	294.333	301	.978		
	รวม	301.118	304			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	7.702	3	2.567	3.258	.022*
	ภายในกลุ่ม	237.180	301	.788		
	รวม	244.882	304			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.679	3	2.226	2.313	.076
	ภายในกลุ่ม	289.742	301	.963		
	รวม	296.420	304			
5. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.641	3	.214	.336	.800
	ภายในกลุ่ม	191.624	301	.637		
	รวม	192.265	304			
6. ด้านผลตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	.290	3	.097	.117	.950
	ภายในกลุ่ม	247.945	301	.824		
	รวม	248.235	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.442	3	.814	1.926	.125
	ภายในกลุ่ม	127.234	301	.423		
	รวม	129.676	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกันแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ชัวร์ประกันชีวิต จำกัด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทนไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกันแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ชัวร์ประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 41

ตาราง 41 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ชัวร์ประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนประกันชีวิตประกันเป็นรายคู่

ทุนประกันชีวิตประกัน	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 – 200,000 บาท	200,001 – 300,000 บาท	300,001 บาทขึ้นไป
ไม่เกิน 100,000 บาท				
100,001 – 200,000 บาท		.4426*		
200,001 – 300,000 บาท			.5407*	
300,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกัน 100,001 – 200,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ชัวร์ประกันชีวิต จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกันไม่เกิน 100,000 บาท (.4426) และส่วนลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกัน 200,001 – 300,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ชัวร์ประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้าที่มีทุนประกันชีวิตประกันไม่เกิน 100,000 บาท (.5407)

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด

ผลการเปรียบเทียบความต้องการ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า แสดงผลในตาราง 42 - 58

โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัดแตกต่างกัน

ตาราง 42 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามเพศ

ความต้องการ	เพศ				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย (n = 143)		หญิง (n = 162)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	3.53	1.09	3.77	.88	-2.032	.043*
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	3.57	1.07	3.66	.97	-.737	.462
3. วงการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	3.95	.80	3.93	.78	.253	.800
รวม	3.69	.94	3.79	.82	-.969	.333

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านวงการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน และส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกัน

ตาราง 43 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำแนกตามอายุ

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	8.456	3	2.819	2.896	.035*
	ภายในกลุ่ม	292.912	301	.973		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	8.711	3	2.904	2.818	.039*
	ภายในกลุ่ม	310.178	301	1.030		
	รวม	318.889	304			
3. งดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	8.652	3	2.884	4.753	.003*
	ภายในกลุ่ม	182.634	301	.607		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	8.428	3	2.809	3.697	.012*
	ภายในกลุ่ม	228.705	301	.760		
	รวม	237.133	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านงดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 44 - 46

ตาราง 44 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด
ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี		.3603*		.3756*
46 ปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 26 – 35 ปี (.3603) และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.3756)

ตาราง 45 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี				.4073*
46 ปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.4073)

ตาราง 46 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด
ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 – 35 ปี				
36 – 45 ปี				.4060*
46 ปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.4060)

ตาราง 47 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำกัด ตามสถานภาพสมรส

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	1.315	2	.658	.662	.517
	ภายในกลุ่ม	300.053	302	.994		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	.140	2	.070	.066	.936
	ภายในกลุ่ม	318.750	302	1.055		
	รวม	318.889	304			
3. งดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	1.420	2	.710	1.130	.325
	ภายในกลุ่ม	189.865	302	.629		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.452	2	.226	.288	.750
	ภายในกลุ่ม	236.681	302	.784		
	รวม	237.133	304			

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านงดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 48 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามการศึกษา

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	26.611	4	6.653	7.264	.000*
	ภายในกลุ่ม	274.757	300	.916		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	23.954	4	5.989	6.091	.000*
	ภายในกลุ่ม	294.935	300	.983		
	รวม	318.889	304			
3. เงื่อนไขการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	13.424	4	3.356	5.661	.000*
	ภายในกลุ่ม	177.861	300	.593		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	19.576	4	4.894	6.749	.000*
	ภายในกลุ่ม	217.557	300	.725		
	รวม	237.133	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงไทยเอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านเงิณการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 49 - 51

ตาราง 49 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น					
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	.4891*				
อนุปริญญา/ปวส.					
ปริญญาตรีขึ้นไป	1.0903*	.8282*	.6012*	.7965*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (4891) และส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (1.0903) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.8282) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.6012) และมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.7965)

ตาราง 50 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด
ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น					
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.					
อนุปริญญา/ปวส.	.4354*				
ปริญญาตรีขึ้นไป	.9894*	.8965*	.6882*	.5540*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (.4354) และ ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (.9894) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.8965) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.6882) และ มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.5540)

ตาราง 51 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น	.2537*				
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	.3632*				
อนุปริญญา/ปวส.					
ปริญญาตรีขึ้นไป	.7550*	.5013*	.3917*	.6202*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (.2537) ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (.3632) และส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาประถมศึกษา (.7550) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (.5013) มากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (.3917) และมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.6202)

ตาราง 52 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัด ตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4	.516	.517	.723
	ภายในกลุ่ม	300	.998		
	รวม	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4	.471	.445	.776
	ภายในกลุ่ม	300	1.057		
	รวม	304			
3. งดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4	1.734	2.822	.025*
	ภายในกลุ่ม	300	.614		
	รวม	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	.725	.928	.448
	ภายในกลุ่ม	300	.781		
	รวม	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านงดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 53

ตาราง 53 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด
ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นักศึกษา					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					.6134*
รับราชการ					.8750*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ (.6134) และส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ (.8750)

ตาราง 54 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด จำกัด ตามรายได้

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.599	3	1.200	1.213	.305
	ภายในกลุ่ม	297.769	301	.989		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.146	3	1.049	1.000	.393
	ภายในกลุ่ม	315.743	301	1.049		
	รวม	318.889	304			
3. งดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5.358	3	1.786	2.892	.036*
	ภายในกลุ่ม	185.927	301	.618		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.153	3	1.051	1.352	.258
	ภายในกลุ่ม	233.980	301	.777		
	รวม	237.133	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอชซ่าประกันชีวิต จำกัด ด้านงดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 55

ตาราง 55 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

อาชีพ	ไม่เกิน 10,000 10,001 – 20,000 20,001 – 30,000 30,001 บาทขึ้นไป			
	บาท	บาท	บาท	บาท
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 – 20,000 บาท				
20,001 – 30,000 บาท				
30,001 บาทขึ้นไป	.6628*	.3505*	.2869*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ายที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตมากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (.6628) มากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท (.3505) และมากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท (.2869)

ตาราง 56 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำกัด ตามงวดการชำระเบี้ยประกัน

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	7.224	3	2.408	2.464	.062
	ภายในกลุ่ม	294.144	301	.977		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.684	3	1.228	1.173	.320
	ภายในกลุ่ม	315.206	301	1.047		
	รวม	318.889	304			
3. งวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	6.585	3	2.195	3.577	.014*
	ภายในกลุ่ม	184.701	301	.614		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.261	3	1.754	2.276	.080
	ภายในกลุ่ม	231.872	301	.770		
	รวม	237.133	304			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 57

ตาราง 57 การเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต จำแนกตามงวดการชำระเบี้ยประกันเป็นรายคู่

งวดการชำระเบี้ยประกัน	รายเดือน	ราย 3 เดือน	ราย 6 เดือน	รายปี
รายเดือน				
ราย 3 เดือน				.2690*
ราย 6 เดือน				.3512*
รายปี				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า ลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 3 เดือน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตมากกว่าลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันรายปี (.2690) และส่วนลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันราย 6 เดือน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด มากกว่าลูกค้ำที่มีงวดการชำระเบี้ยประกันรายปี (.3512)

ตาราง 58 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำกัดตามทุนประกันชีวิต

ความต้องการ		SS	df	MS	F	Sig.
1. แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4.069	3	1.356	1.373	.251
	ภายในกลุ่ม	297.299	301	.988		
	รวม	301.368	304			
2. วิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	.616	3	.205	.194	.900
	ภายในกลุ่ม	318.273	301	1.057		
	รวม	318.889	304			
3. เงื่อนไขการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.215	3	1.072	1.715	.164
	ภายในกลุ่ม	188.071	301	.625		
	รวม	191.286	304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.028	3	.676	.865	.459
	ภายในกลุ่ม	235.105	301	.781		
	รวม	237.133	304			

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้ำที่มีทุนประกันชีวิตแตกต่างกัน มีความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ด้านแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านเงื่อนการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัดกับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด ทางด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน กับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ด้านแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต และด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต แสดงผลในตาราง 59 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด

H_1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรมีความสัมพันธ์กับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด

ตาราง 59 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัดกับความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด	ความต้องการทำประกันชีวิตบริษัทกรุงเทพเอ็กซ์ประกันชีวิต จำกัด		
	ด้านแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิต	ด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันชีวิต	ด้านงวดการจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันชีวิต
ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต	.109*	.041*	.117*
ด้านราคา	.017*	.052*	.027*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.040*	.012*	.027*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.018*	.006*	.045*
ด้านการบริการ	.427*	.452*	.358*
ด้านผลตอบแทน	.406*	.417*	.368*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

