

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมทรัพย์ประเภทประกันชีวิต  
แบบสะสมทรัพย์ ของประชาชนในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวพัชราวลี ชินินโต

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา : .....

(ดร. พิเชษฐ มุสิกะโปดก)

..... / ..... / .....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมทรัพย์ประเภทประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของประชาชนในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตบางแค จำนวน 400 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ทำอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 40,001-50,000 บาท ต่อเดือน

ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.36 รองมาคือด้านข้อมูล เอกสารต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.18 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.61 และด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของประชาชนไม่แตกต่างกันส่วนพฤติกรรมการออมทรัพย์ด้วย วิธีการออม รูปแบบการออมทรัพย์เพื่อการเกษียณอายุการทำประกันชีวิต ประกันชีวิตที่ซื้อ และแนวโน้มในการทำประกันชีวิต

ในอนาคตแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของประชาชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จะเห็นว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน โดยมีอาชีพประจำและมีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับดี มีแนวโน้มที่จะทำประกันชีวิตในอนาคต ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยภายในที่เห็นความสำคัญของการทำประกันชีวิตว่า หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้นก็จะสามารถรักษาได้ทันที โดยไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และปัจจัยภายนอกจากสื่อต่างๆ รวมถึงการมีตัวแทนและสาขาที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ดังนั้นผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจทำประกันชีวิต และการวางแผนรูปแบบการออมทรัพย์ของตนเองและครอบครัว ซึ่งภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ไปประกอบการตัดสินใจและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และสมาคมประกันชีวิตไทย สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับใช้เพื่อประกอบการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต และการรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการทำประกันชีวิต ทั้งในเรื่องสิทธิประโยชน์ของการทำประกันชีวิต และประโยชน์ทางด้านภาษีให้มากขึ้น

**ABSTRACT**

Research Title : Factors Affecting the Saving Behavior on Life Insurance with Saving Features of People Living in Bangkhae District, Bangkok

Researcher : Miss Patcharawalee Ti-into

Degree : Master of Business Administration

Major : Marketing

Advisor : .....

(Dr. Pichet Musikapodok)

..... / ..... / .....

This research has objectives to study about Factors affecting the behavior of savings life insurance savings of the people in Bangkhae District, Bangkok. This study was a survey of a sample of 400 people in Bangkhae District, Bangkok and used a questionnaire as a tool of study then statistical processing, including frequency, percentage, average, and standard deviation. For statistical hypothesis testing using t-test and one-way analysis of variance.

Most respondents were female between 36-45 years, bachelor degree ducation. Enterprises that do business and earn salary 40,001-50,000 baht per month.

The opinions of The Marketing Mix that influence the decision to buy life insurance saving in overall levels averaged was 4.04, by factors that have the greatest effect was the promotion has 4.36, the second levels averaged was physical evidence such as all document and information has 4.18, Place has the level averaged was 4.10, Products has level averaged was 3.99, People has level averaged 3.92, Price has level averaged was 3.61 and the last one Process has level averaged 3.47 respectively.

The hypothesis testing found respondents with personal factors including gender, age, education, occupation and monthly income varies. The decision to buy life insurance saving people's behavior does not differ in terms of the savings with the savings scheme for retirement savings and life insurance. Buying life insurance in the future are different effecting a decision to buy life insurance saving of people different in the level of significance .05

That most consumers were of working age. The career regular and income moderate-to-good were likely to make life insurance in the future. This may be due to internal factors that the importance of life insurance. If this happens unexpectedly, it can be treated immediately. Without taking into account the costs incurred. And external inputs from various media including representatives and branches throughout the country. Which is an important factor affecting the decision to buy life insurance saving. The results of this study can be applied to decision making insurance and plan the layout of their own savings and family. The business sectors that could be the result of factors that influence the decision to buy life insurance saving. The decision and determining marketing strategies. In order to meet the target customers more effectively.

In addition, The Office of Insurance Commission, Thailand can used the result of this study, was to be deployed to promote the insurance business and campaign encouraging people to see the importance of life insurance and provide more tax benefits.