

อภินันทนาการ



สำนักหอสมุด

การตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตธนาคารออมสิน
สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์



ศิวาพร

จอกสูงเนิน

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

วันลงทะเบียน..... 21 มี.ย. 2558

เลขทะเบียน..... 1.17.8.007.1

เลขเรียกหนังสือ..... 1 H6

1660

AN75

๑๕๕๔ก

2555

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

อาจารย์ที่ปรึกษา และประธานโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ได้พิจารณา
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "การตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
ธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตร" เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ ของมหาวิทยาลัย
นเรศวร

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชนี มุขแจ้ง)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินดา เจียมศรีพงษ์)

ประธานโครงการหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์
พฤษภาคม 2555

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินดา เจียมศรีพงษ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

พฤษภาคม 2555

ชื่อเรื่อง	การตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ศิวพร จอกสูงเนิน
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชณี มุขแจ้ง
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555

บทคัดย่อ

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์ ครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์ การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนแต่ละอาชีพ โดยการจับสลากจากรายชื่อประชากรของแต่ละอาชีพได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 327 ชุด และกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่ไม่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จากรายงานการสรุปยอดบัญชีลูกค้า ใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้ เพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ และรองลงมา 2 กรรมธรรม์ เพศชายให้ความสำคัญเกี่ยวกับรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน รายปี ราย 3 เดือน และราย 6 เดือน ตามลำดับ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกให้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคือบุตรเหมือนกัน รองลงมาเพศหญิงให้ความสำคัญกับคู่สมรสในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญต่อญาติพี่น้อง การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเห็นว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทุกประเด็น ทั้งนี้ ธนาคารควรสร้างความแตกต่างที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พัฒนารูปแบบกรรมธรรม์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของ

ลูกค้า ซึ่งอาจทำการสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการกรรมธรรมในลักษณะแบบใด เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของกรรมธรรมในอนาคตต่อไป

ข้อค้นพบคือ จำนวนค่าเบี้ยประกันที่ส่งต่องวดและผลตอบแทนที่ได้ดีกว่าการฝากเงินเป็นปัจจัยที่ลูกค้าพิจารณาเพื่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ ดังนั้น ธนาคารควรมีกลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดให้มีความชัดเจนมากขึ้นกว่าเดิม นำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อให้เกิดกระบวนการในการทำงานที่รวดเร็วขึ้น ประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากขึ้น เข้าถึงหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเป็นการขยายฐานของลูกค้าใหม่ และส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม



Title FACTORS AFFECTING TO CUSTOMERS' CONSIDERATION IN
DECIDING TO PURCHASE GSB LIFE SAVING PRODUCTS: THE
GOVERNMENT SAVING BANK, NAMPAT BRANCH, UTTARADIT

Authors Siwaporn Joksungnoen

Advisor Asst. Prof. Flt. Lt. Ruchanee Mook-Jaeng

Academic Paper Independent Study M.B.A. (Strategic Management)
Naresuan University, 2012

ABSTRACT

As a progress of this independent study has been finished, this is aimed to (1) study factors affecting to customers' consideration in deciding to purchase GSB Life saving products in Nampat branch located in Nampat District, Uttaradit. Questionnaire is the main tool used for collecting data from a group of 327 samples selected, who are currently using the GSB Life saving account product through the methodology called Simple Random Sampling, whereas 394 samples of those who have never had purchasing GSB Life products are collected data by the methodology named Accidental Sampling. According to the bank customer aggregation report, plus the Taro Yamane's formula applied, the number of samples is calculated with the multi-occupation ratio so that the number of samples is 327 at the significance of 0.05.

According to the study, results are as follow: the majority of males and females mostly have one each of GSB Life account following with the amount of two respectively. Males greatly tend to be influenced by the category of payment in term of monthly, annually, quarterly a year and twice a year respectively. Having children is the important factor in order to deciding to purchase GSB Life in field of personal relationship influence. Subsequently, females are influenced by their spouses, meanwhile males are affected by their relatives. The correlation test analysis between a combination criterion of market and the affected factors to select the GSB Life saving products indicate that bank products and services, goods price, sales arrangement (location and place) and strategic market promotion are significant with

the decision making of purchasing GSB Life saving products. Nevertheless, the non-using GSB Life customers have been stated that there is no relationship between gender and affected factors to any issues at all. However, the bank should deliberately consider in presenting a variety of products and services to kindly respond the valued customer requirements. The GSB Life product scheme is needed to develop in different kinds of preference in order to highly benefit from the customer' needs. The customer survey regarding of what products and services they prefer could be introduced in order to effectively apply to the strategic development directly to the future product trend.

As a result of the study, the most significant factors, which customers specialize to consider in majority before deciding to purchase the GSB Life saving products, are both the amount of each payment and rate of dividend (money returns). Therefore, an outstanding strategy of market should be higher effective implementation. In addition, high performance technology of verification interaction system should be adopted for enhancing work management procedure and make it faster, better and clearer. Broader advertising, spread out confidence and informing bank movement are the key success to increase new customers and also maintain current customers with loyalty as well.

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชนี มุขแจ้ง ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอบคุณสมาชิกในครอบครัว ที่คอยดูแลให้กำลังใจและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อที่ศึกษา

ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ในโครงการสาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่สามารถกล่าวถึงได้ทั้งหมด ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการศึกษา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

ศิวาพร จอกสูงเนิน

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ความสำคัญของงานวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาและภาพรวมของธนาคารออมสิน.....	6
ความหมายและประเภทของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต.....	10
ส่วนประสมทางการตลาด.....	33
ภาพรวมการประกันภัย.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40

3 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
การวิเคราะห์ข้อมูล	47
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	
ผลการวิจัย.....	50
กรณีผู้ตอบสอบถามใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต.....	51
กรณีผู้ตอบสอบถามไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต.....	82
5 บทสรุป	
สรุปผลการวิจัย.....	119
อภิปรายผลการวิจัย.....	124
ข้อเสนอแนะ.....	125
บรรณานุกรม.....	127
ภาคผนวก.....	130
ประวัติผู้วิจัย.....	138

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	51
2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	52
3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	53
4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	54
5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต	55
6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์	57
7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการฝาก	58
8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล	59
9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ	60
10 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต จำแนกด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	61
11 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต จำแนกด้านราคา	62
12 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต จำแนกด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่)	63
13 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต จำแนกด้านการส่งเสริมการตลาด	64
14 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (จำนวนกรมธรรม์)	64
15 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)	65
16 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (บุคคลที่มีอิทธิพล)	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (เหตุผล)	66
18 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุแตกต่างกัน	67
19 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีรายได้แตกต่างกัน	68
20 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (จำนวนกรมธรรม์)	68
21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)	69
22 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (บุคคลที่มีอิทธิพล)	70
23 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ(เหตุผลที่เลือกใช้บริการ)	71
24 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (จำนวนกรมธรรม์)	72
25 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)	73
26 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (บุคคลที่มีอิทธิพล)	74
27 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (เหตุผลที่ให้บริการ)	75
28 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา(จำนวนกรมธรรม์)	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (รูปแบบการส่งเงินฝาก)	77
30	เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (บุคคลที่มีอิทธิพล)	78
31	เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (เหตุผลที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต)	79
32	ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ)	80
33	ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านราคา)	80
34	ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่))	81
35	ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านการส่งเสริมการตลาด)	81
36	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	82
37	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	83
38	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	84
39	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	85
40	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกบริการที่ใช้ของธนาคาร	86
41	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำประกันชีวิต	87
42	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	88
43	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
44	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการ ส่งเบี้ยประกันต่อเดือน	90
45	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาคุ้มครอง	91
46	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล	92
47	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	94
48	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (เพศ)	95
49	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำประกันชีวิต (เพศ)	95
50	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจในการ ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (เพศ)	96
51	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสามารถส่ง เบี้ยประกัน (เพศ)	96
52	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา คุ้มครองของกรมธรรม์ (เพศ)	97
53	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ (เพศ)	97
54	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลใน การเลือกใช้บริการ (เพศ)	98
55	การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุแตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีรายได้แตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)	101
57	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (การศึกษา)	102
58	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำประกันชีวิต (การศึกษา)	103
59	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (การศึกษา)	103
60	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสามารถส่งเบี้ยประกัน (การศึกษา)	104
61	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ (การศึกษา)	105
62	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (การศึกษา)	106
63	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (การศึกษา)	107
64	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (สถานภาพ)	108
65	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำประกันชีวิต (สถานภาพ)	108
66	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (สถานภาพ)	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
67	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (สถานภาพ)	109
68	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา คุ้มครองของกรมธรรม์ (สถานภาพ)	110
69	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ (สถานภาพ)	110
70	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลใน การเลือกใช้บริการ (สถานภาพ)	111
71	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้(อาชีพ)	112
72	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำประกันชีวิต (อาชีพ)	113
73	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจ ในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (อาชีพ)	113
74	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (อาชีพ)	114
75	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา คุ้มครองของกรมธรรม์ (อาชีพ)	115
76	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ (อาชีพ)	116
77	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลใน การเลือกใช้บริการ (อาชีพ)	117

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	51
2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	52
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	53
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	54
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	56
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรรมกรรม	57
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการฝาก	58
8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล	59
9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ	60
10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	82
11	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	83
12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	84
13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	85
14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกบริการที่ใช้ของธนาคาร	86
15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำประกันชีวิต	87
16	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจเงินฝากฯ	88
17	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต	90
18	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการ ส่งเบี้ย	91
19	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาคุ้มครอง	92
20	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล	93
21	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ	94

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ประวัติศาสตร์การ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จัก การประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทาน นามแบงค์ว่า "สี่พอเทีย" ในปี พ.ศ.2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใด อันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัต ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษาสถานลูกค้ายากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย (ธนาคารออมสิน, 2555)

ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง มีสาขา 863 สาขาทั่วประเทศ มีอายุครบ 98 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2554 เมื่อปีที่ผ่านมา ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐ ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 90 ปี จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักประหยัด เก็บออม ตลอดจนระดมเงินออมมาจากประชาชน ลูกค้าย่อยใหญ่ของธนาคารเป็นลูกค้ารายย่อยที่มีความผูกพันกับธนาคารมานาน ธนาคารออมสินดำเนินการตามภารกิจหลักของธนาคาร โดยมุ่งเน้นให้บริการแก่สังคม โดยรวม 5 ด้าน คือ การเป็นธนาคารเพื่อการออม การเป็นธนาคารเพื่อสังคม และชุมชน การเป็นธนาคารเพื่อภาครัฐ การเป็นธนาคารเพื่อบุคคลทั่วไป และการเป็นธนาคารเพื่อธุรกิจ ธุรกิจด้านเงินฝากของธนาคาร มี 3 ด้าน คือ เงินฝากทั่วไป สลากออมสินและพันธบัตร และเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

การประกันภัย นับว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการบริหารการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการประกันภัยรถยนต์ การประกันอัคคีภัย การประกันภัยทางทะเลและการขนส่ง การประกันภัยเบ็ดเตล็ด ฯลฯ เพราะเป็นวิธีที่ทำให้สามารถลดภาระค่าใช้จ่าย อันเนื่องมาจากเหตุการณ์ไม่คาดฝัน

ที่อาจเกิดต่อตัวเราหรือทรัพย์สินได้ทุกเมื่อ โดยบริษัทที่เราทำประกันภัยไว้จะทดแทนค่าเสียหายให้ตามวงเงินที่ระบุไว้ กรมธรรม์การประกันภัยมิได้เป็นการทำให้อุบัติเหตุหรือความเสียหายไป แต่การประกันภัยจะเป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้า ด้านการเงินตลอดจนการดำเนินการต่าง ๆ อันเนื่องมาจากความเสียหายนั้น ดังนั้นในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่คุณและครอบครัว การประกันภัยจึงมีประโยชน์อย่างมากและเป็นส่วนที่ไม่ควรมองข้ามเป็นอันขาด การประกันชีวิตเป็นสัญญาระหว่างผู้ให้ประกัน ซึ่งมักเป็นบริษัทประกันชีวิตกับผู้เอาประกัน โดยผู้เอาประกันต้องจ่ายเบี้ยประกันให้ผู้รับประกัน หากผู้เอาประกันเกิดเสียชีวิตขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับภายในเงื่อนไขในกรมธรรม์ บริษัทประกันจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้กับผู้รับผลประโยชน์ เรียกว่าเงินสินไหม

นอกจากนี้ธนาคารมีบริการรับฝากเงินหลากหลายรูปแบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ทุกกลุ่มอาชีพ และอายุ อีกทั้งยังให้การสนับสนุนการออมในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดงานวันออมแห่งชาติ การให้บริการรับฝากนอกสถานที่ การจัดตั้งสโมสรเยาวชนธนาคารออมสิน โครงการธนาคารโรงเรียน และการให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม

เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เป็นการออมเงินพร้อมกับให้ความคุ้มครองการเสี่ยงภัยที่อาจเกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ฝากรายย่อยได้มีโอกาสในการคุ้มครองชีวิต เพราะเบี้ยประกันต่ำ สามารถเลือกส่งได้เป็นรายเดือน รายสามเดือน รายหกเดือน และรายปี (ธนาคารออมสิน, 2554)

ธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ ตั้งอยู่ที่ 26 / 3 หมู่ 4 ถนนกม.ไกรลาศ ตำบลแสนตอ อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ ผู้วิจัยเป็นบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติงานอยู่ในธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน ทำให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งจะเป็นการนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุดของธนาคารต่อไป

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้า สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยจำแนกตาม เพศ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ

ความสำคัญของการวิจัย

นำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงาน วางแผนนโยบายกลยุทธ์ เพื่อปรับปรุงคุณภาพให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และลูกค้าที่ไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

1.1. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารออมสิน สาขา น้ำปาด จังหวัดอุดรธานี จากรายงานสรุปยอดลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ณ สิ้นเดือน เมษายน พ.ศ.2555 จำนวน 1,797 คน ดังนี้

ข้าราชการ/พ.นง.รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	214	คน
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	จำนวน	82	คน
พนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน	11	คน
เกษตรกร	จำนวน	6	คน
รับจ้าง	จำนวน	9	คน
อื่นๆ	จำนวน	5	คน

จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) และใช้การสุ่มอย่างง่ายในแต่ละชั้น การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบแบ่งประชากรออกเป็นพวก หรือชั้น (Stratum) ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยให้มีลักษณะภายในคล้ายคลึงกันหรือเป็นอันเดียวกัน (Homogeneous) มากที่สุด แต่จะแตกต่างกันระหว่างชั้น จากนั้นจึงจะทำการสุ่มอย่างง่ายในแต่ละชั้นขึ้นมาทำการศึกษา โดยใช้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มขึ้นมาเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

1.2 กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่ไม่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จากรายงานสรุปยอดบัญชีลูกค้า ณ เดือนธันวาคม 2554 จำนวนทั้งสิ้น 25,080 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 1 มกราคม – มีนาคม 2555

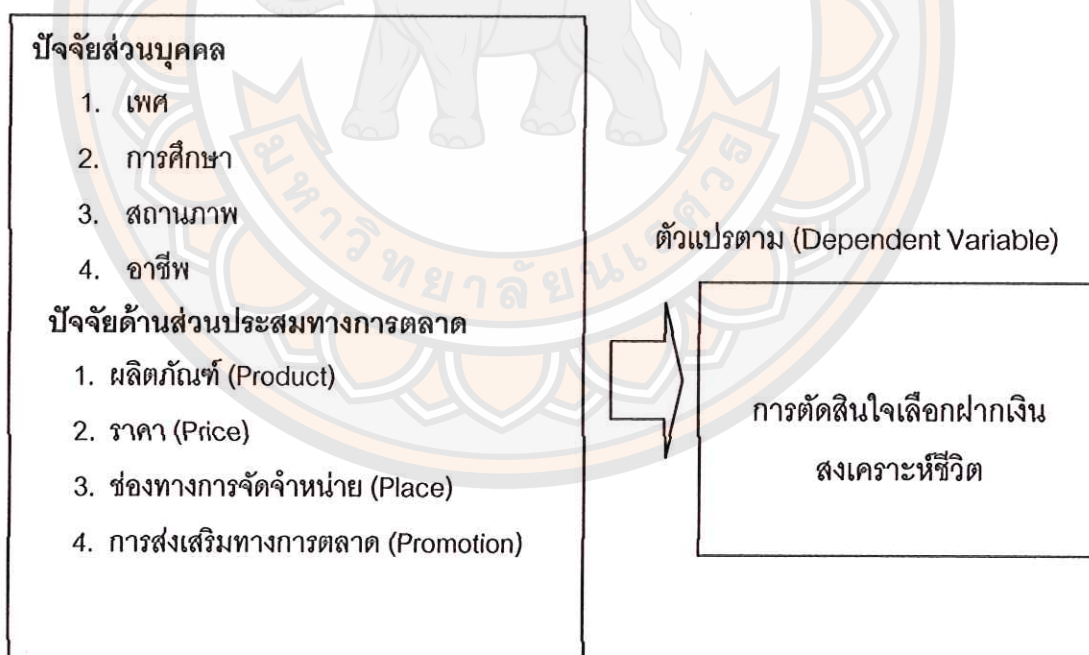
สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ) ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกตัวแปรออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยตัวแปรตามได้แก่ การตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ในขณะที่ตัวแปรอิสระได้มีการแบ่งเป็น 2 ชุด ชุดที่ 1 คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่วัดจากเพศ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ ตัวแปรชุดที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (4P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์, ราคา, การส่งเสริมทางการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ฝากจะได้รับเมื่อยังมีชีวิตอยู่ตามกำหนดระยะเวลาขอรับเงินสงเคราะห์ หรือผู้รับผลประโยชน์จะได้รับเมื่อผู้ฝากตายลงก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาขอรับเงินสงเคราะห์

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตธนาคารออมสินของสาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด)

ธนาคาร หมายถึง ธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรต่อไป
2. ผลการศึกษาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจะประกอบไปด้วย

1. ความเป็นมาและภาพรวมของธนาคารออมสิน
2. ความหมายและประเภทของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
4. ภาพรวมการประกันภัย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาและภาพรวมของธนาคารออมสิน

ความเป็นมาและภาพรวมของธนาคารออมสิน (ธนาคารออมสิน, 2555) พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สิน เงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทาน นามแบงก์ว่า "ลีฟอเทีย" ในปี พ.ศ.2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม

ยุคที่ 1 คลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 - 2471

เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์เกื้อกูลแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง "คลังออมสิน" ขึ้น ในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทาน พระบรมราชานุญาตประกาศใช้ "พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ.2456" ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2456

ยุคที่ 2 กองคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม พ.ศ. 2472 - 2489

ต่อมาในปี พ.ศ.2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริ เห็นควรโอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมากจึงเรียกได้ว่าเป็น "ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย"

ยุคที่ 3 ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ.2490 – ปัจจุบัน

ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศจึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ "พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489" มีการบริหารโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า "คลังออมสิน" ก็ได้เปลี่ยนเป็นคำว่า "ธนาคารออมสิน" นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานและการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษารฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย

ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง มีสาขา 863 สาขาทั่วประเทศมีอายุครบ 98 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2554

ภาพรวมของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินดำเนินงานมากกว่า 98 ปี ตามภารกิจหลักของธนาคาร โดยมุ่งเน้นให้ผลประโยชน์เกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวมธนาคารได้ดำเนินธุรกรรมเชิงพาณิชย์ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม โดยมีการบริการให้กับภาครัฐ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนร่วมแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศที่เกิดขึ้น การดำเนินงานจำแนกตามภารกิจหลักของธนาคารมี 5 ด้าน ดังนี้

1. การเป็นธนาคารเพื่อการออม แยกออกเป็น

1.1. บริการด้านบัญชีเงินฝากออมสิน

- เงินฝากประจำรายเดือน ยกเว้นภาษี
- เงินฝากประจำ 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน

- เงินฝากกระแสรายวัน
- เงินฝากเผื่อเรียก
- เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ

1.2. สลากออมสิน / พันธบัตร

- สลากออมสิน
- สลากออมสินพิเศษ

1.3. บริการด้านบัญชีเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (เงินฝากคุ้มครองชีวิต)

- ออมสินเพิ่มพูน 6/2
- ออมสินเพิ่มพูน 10/2
- ออมสินทรัพย์อนันต์ 99
- ออมสินบำนาญ 90/60
- ทรัพย์มั่นคง
- ทรัพย์เพิ่มพูน 5/2
- สะสมทรัพย์ 50/10
- ออมสิน 5/1
- ออมสิน 10/1
- ออมสินสบายใจ
- ออมสินเงินได้รายเดือน
- ออมสินเกษียณสุข
- ออมสินคู่ขวัญ
- ออมสินอุ่นใจ
- ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170
- ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200
- ออมสินตลอดชีพ
- ร่มไพร
- ทุนการศึกษา
- บำนาญสงเคราะห์

การให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม รวมทั้งการลงทุนทางธุรกิจหรือการค้า เพื่อก่อให้เกิดรายได้ในกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย และไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

2. การเป็นธนาคารเพื่อสังคมและชุมชน

2.1. สินเชื่อเพื่อสังคม เป็นการบริการที่มุ่งเน้นสนับสนุนและส่งเสริมองค์กรชุมชน รวมทั้งองค์กรเครือข่ายชุมชน เพื่อให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคและชนบท สามารถพึ่งตนเองและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งโดยการส่งเสริมการออมทรัพย์และเป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน

2.2. สินเชื่อสถานศึกษาเป็นสินเชื่อเพื่อสนับสนุนภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มากขึ้น และกระจายการศึกษาให้ทั่วถึงเท่าเทียมกันทั่วประเทศ

2.3. โครงการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชีวิตครู เป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือ 3 ฝ่าย ระหว่างข้าราชการครู กระทรวงศึกษาธิการ และธนาคารออมสิน เพื่อแก้ปัญหาให้ครูมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.4. กองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม มีเป้าหมายให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนแก่โครงการหรือกิจกรรมพัฒนาในท้องถิ่น เป็นโครงการที่ก่อประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นโดยรวม

3. การเป็นธนาคารเพื่อภาครัฐ โดยได้สนับสนุนในรูปของการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล และตัวสัญญาใช้เงินของกระทรวงการคลัง พันธบัตรและการถือหุ้นในรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้ธนาคารยังได้ให้สินเชื่อกับหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการด้านสาธารณูปโภคและโครงการพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

4. การเป็นธนาคารเพื่อบุคคลทั่วไป มุ่งเน้นที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนผู้ประกอบการอาชีพอิสระ โดยได้ให้บริการหลากหลายรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของประชาชน เช่น สินเชื่อเคหะ สินเชื่อสวัสดิการ เป็นต้น

5. การเป็นธนาคารเพื่อธุรกิจ ได้ให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจที่เทคโนโลยีท้องถิ่น และวัตถุดิบภายในประเทศ ทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยการให้สินเชื่อและร่วมลงทุนกับธุรกิจประเภทต่าง ๆ

ธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรธานี

อำเภอน้ำปาด เป็นอำเภอหนึ่งในจำนวน 9 อำเภอของจังหวัดอุดรธานี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดอุดรธานี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 72 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงคือ ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอน้ำปาดและอำเภอปากท่า ทิศตะวันออกติดต่อกับเมืองปากลาย แขวงไชยบุรี (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) ทิศใต้

ติดต่อกับอำเภอชาติตระการ (จังหวัดพิษณุโลก) และอำเภอทองแสนขัน ทิศตะวันตกติดต่อกัน
อำเภอท่าปลา ทั้งนี้ ธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ ตั้งอยู่ที่ 26/3 หมู่ 4 ถนน
งิ้วไกรลาศ ตำบลแสนตอ อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ 53110 โทรศัพท์ 055 – 481177,
055 - 481447

2. ความหมายและประเภทของเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

GSB LIFE หรือ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว คือ เงินฝากในรูปแบบการประกัน
ชีวิตของธนาคารออมสิน ซึ่งเปิดให้บริการรับฝากมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2486 เป็นการออมทรัพย์ไปพร้อม
กับการประกันชีวิตที่จะให้ผลประโยชน์ในระยะยาว และเป็นหลักประกันที่สร้างความมั่นคงสำหรับ
คนที่คุณรักและห่วงใย ไม่ว่าจะเป็น พ่อ แม่ บุตร หรือคนใกล้ชิดในครอบครัว ยามเมื่อเราจากไป
เงินฝาก GSB LIFE นี้มีผลประโยชน์และความคุ้มครองหลากหลายรูปแบบให้เลือกตามความ
เหมาะสมกับความต้องการ (ธนาคารออมสิน, 2554)

ผลประโยชน์ของการฝากเงินกับ GSB LIFE

- รับความคุ้มครองที่คุ้มค่า
- รับเงินปันผล / ผลตอบแทนที่น่าสนใจ
- มีเงินออมระยะยาวให้กับคุณและครอบครัว
- รับสิทธิลดหย่อนทางภาษี

ประเภทเงินฝาก

1. ออมสินเพิ่มพูน 6/2

เป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิต 6 ปี ส่งเงิน
ฝาก 2 ปี อัตราเงินฝากเท่ากันทุกอายุ เหมาะสำหรับผู้ฝากที่ต้องการออมทรัพย์พร้อม
ทั้งได้รับเงินปันผลในอัตราสูงและไม่ต้องให้ถ้อยแถลงเกี่ยวกับสุขภาพ อัตรา
ผลตอบแทนเฉลี่ยสูงถึง 4.21%

คุณสมบัติผู้ฝาก อายุผู้ฝาก 7 – 75 ปี

อัตราเงินส่งฝาก

- อัตราส่งเงินฝาก 97,000 บาทต่อวงเงินสงเคราะห์ 100,000 บาท
- วงเงินสงเคราะห์ขั้นต่ำ 10,000 บาท เพิ่มขึ้นหน่วยละ 10,000 บาท
โดยไม่จำกัดวงเงินสงเคราะห์สูงสุด

ความคุ้มครอง กรณีเสียชีวิต

- ส่งเงินฝาก 2 ปี คุ้มครอง 6 ปี
- ปีที่ 1 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 2 – 6 คุ้มครอง 209% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต

2. ออมสินเพิ่มพูน 10/2

เป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิต 10 ปี ส่งเงินฝาก 2 ปี อัตราส่งเงินฝากเท่ากันทุกอายุ เหมาะสำหรับผู้ฝากที่ต้องการออมทรัพย์ พร้อมทั้งได้รับเงินปันผลในอัตราสูงและไม่ต้องให้ถ้อยแถลงเกี่ยวกับสุขภาพ อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงถึง 4.98%

คุณสมบัติผู้ฝาก อายุผู้ฝาก 7 – 75 ปี

อัตราเงินส่งฝาก

- อัตราส่งเงินฝาก 95,000 บาทต่อวงเงินสงเคราะห์ 100,000 บาท
- วงเงินสงเคราะห์ขั้นต่ำ 10,000 บาท เพิ่มขึ้นหน่วยละ 10,000 บาท โดยไม่จำกัดวงเงินสงเคราะห์สูงสุด

ความคุ้มครอง กรณีเสียชีวิต

- ส่งเงินฝาก 2 ปี คุ้มครอง 10 ปี
- ปีที่ 1 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 2 – 10 คุ้มครอง 209% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต

3. ออมสินทรัพย์อนันต์ 99

เป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิตถึงอายุ 99 ปี ส่งเงินฝาก 15 ปี มีปันผลจ่ายคืนทุกปีตลอดอายุสัญญา ตั้งแต่สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 1 ปีที่ผู้ฝากมีอายุ 99

คุณสมบัติผู้ฝาก อายุผู้ฝาก 7 – 55 ปี

อัตราเงินส่งฝาก

- วงเงินสงเคราะห์ชีวิตตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 10,000,000 บาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามสะดวก คือ รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

ความคุ้มครอง กรณีเสียชีวิต

- ปีที่ 1 – 5 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์
- ปีที่ 6 – 10 คุ้มครอง 200% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 11 – 15 คุ้มครอง 300% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 16 – รอบปีกรรมธรรม์ที่ผู้ฝากอายุ 90 ปี คุ้มครอง 200% ของวงเงินสงเคราะห์
- รอบปีกรรมธรรม์ที่ผู้ฝากอายุ 91 – 99 ปี คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์

4. ออมสินบำนาญ 90/60

เป็นเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบออมสินบำนาญ 90/60 (บำนาญแบบลดหย่อนภาษีได้) เป็นกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเพิ่มเติมได้

คุณสมบัติผู้ฝาก

- อายุผู้ฝาก 30 – 59 ปี บริบูรณ์
- วงเงินสงเคราะห์ชีวิตตั้งแต่ 100,000 ถึง 10,000,000 บาท
- เลือกส่งฝากได้ตามสะดวก คือ รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

ความคุ้มครอง

- ระหว่างปีกรรมธรรม์ที่ส่งเงินฝาก
- ผู้ฝากมีอายุ 30 – 40 ปี คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์
- ผู้ฝากมีอายุ 41 – 50 ปี คุ้มครอง 150% ของวงเงินสงเคราะห์
- ผู้ฝากมีอายุ 51 – 59 ปี คุ้มครอง 200% ของวงเงินสงเคราะห์

ผลประโยชน์

- รับเงินสงเคราะห์แบบบำนาญรายปี ปีละ 12.5% ของวงเงินสงเคราะห์ตั้งแต่อายุ 60 ปี จนถึงอายุ 90 ปี
- รับประกันการจ่ายเงินสงเคราะห์แบบบำนาญ 15 งวด หากผู้ฝากเสียชีวิตระหว่างการรับเงินสงเคราะห์แบบบำนาญในช่วงรับประกัน 15 ปี ธนาคารฯ จะจ่ายเงินสงเคราะห์แบบบำนาญในส่วนที่เหลือ

ให้แก่ผู้รับประโยชน์ตามมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินสงเคราะห์แบบ
บำนาญส่วนที่เหลือ

- การลดหย่อนภาษีประกันชีวิตแบบบำนาญเพิ่มเติมจากที่มีอยู่แล้วอีก 200,000 บาท ต้องไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้พึงประเมินเมื่อรวมกับ กบข. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนสงเคราะห์ตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชนและค่าซื้อหน่วยลงทุน RMF ต้องไม่เกิน 500,000 บาท

5. ทรัพย์สินมั่นคง

เป็นกรรมกรรมประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ สำหรับสมาชิกกองทุนหมู่บ้านหรือกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มบุคคลที่เริ่มต้นการออมทรัพย์แบบประกันชีวิต มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิต 5 ปี อัตราส่งเงินฝากสำหรับกลุ่มอัตราเดียว

คุณสมบัติผู้ฝาก

- ต้องเป็นกลุ่มนิติบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำข้อตกลงกับธนาคาร
- ผู้ฝากต้องเป็นสมาชิกกองทุนหมู่บ้านหรือกลุ่มชุมชนหรือกลุ่มบุคคล
- การเปิดบัญชีครั้งแรก ต้องมีผู้ฝากเปิดบัญชีไม่น้อยกว่า 10 คน
- ผู้ฝากอายุ 20 – 75 ปี บริบูรณ์

อัตราเงินส่งฝาก

- อัตราส่งเงินฝาก เดือนละ 100 ต่อวงเงินสงเคราะห์ 6,000 บาท
- ส่งเงินฝากสูงสุดไม่เกินเดือนละ 1,000 บาท วงเงินสงเคราะห์สูงสุด 60,000 บาท

ความคุ้มครอง

- ส่งเงินฝาก 5 ปี คุ้มครอง 5 ปี
- ความคุ้มครองชีวิตให้ 2 เท่าของวงเงินสงเคราะห์
- ผลประโยชน์ครบกำหนด 5 ปี ได้รับเงินสงเคราะห์ 100%

6. ทรัพย์สินเพิ่มทุน 5/2

เป็นกรรมกรรมประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิต 5 ปี ส่งเงินฝาก 2 ปี อัตราส่งเงินฝากเท่ากันทุกอายุ

คุณสมบัติผู้ฝาก อายุผู้ฝาก 7 – 75 ปี

อัตราเงินส่งฝาก

- อัตราส่งเงินฝากขั้นต่ำ 10,000 บาท เพิ่มขึ้นหน่วยละ 10,000 บาท โดยไม่จำกัดวงเงินสงเคราะห์สูงสุด
- วงเงินสงเคราะห์ชีวิตเท่ากับอัตราส่งเงินฝากปีแรก

ความคุ้มครอง

- ส่งเงินฝาก 2 ปี คุ้มครอง 5 ปี
- ปีที่ 1 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 2 – 5 คุ้มครอง 210% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต

7. สะสมทรัพย์ 50/10

เป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มีระยะเวลาคุ้มครองชีวิต 50 ปี ส่งเงินฝาก 10 ปี รับผลตอบแทนทุกปี ตลอด 50 ปี และสามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีได้

คุณสมบัติผู้ฝาก อายุผู้ฝาก 7 – 50 ปี

อัตราเงินส่งฝาก

- อัตราส่งเงินฝากแบบตามเพศและอายุ
- วงเงินสงเคราะห์ชีวิตตั้งแต่ 5,000 บาท ถึง 10,000,000 บาท

ความคุ้มครอง

- ส่งเงินฝาก 10 ปี คุ้มครอง 50 ปี
- ปีที่ 1 – 10 คุ้มครอง 150% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 11 – 50 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต

8. ออมสิน 5/1

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิต สำหรับผู้ที่ต้องการส่งฝากพร้อมรับผลตอบแทนที่คุ้มค่า และสิทธิพิเศษไม่ตรวจและแถลงสุขภาพ

ลักษณะแบบประกัน

- เป็นความคุ้มครองแบบสะสมทรัพย์
- ส่งฝากเพียงครั้งเดียว คุ้มครอง 5 ปี
- การันตีการจ่ายเงินปันผลปีที่ 1 – 4 ของวันครบรอบปีกรมธรรม์
- อายุผู้ฝาก 7 – 75 ปี
- ไม่ต้องตรวจและแถลงสุขภาพ

จุดเด่น

- ส่งเงินฝากครั้งเดียว ในอัตราเดียวกันทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ
- ในช่วงรับความคุ้มครอง รับเงินปันผล 2.21% ของวงเงินสงเคราะห์
สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 1 – 2 รับเงินปันผล 3.21% ของวงเงินสงเคราะห์สิ้น
ปีกรมธรรม์ที่ 3 – 4
- สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 5 ผู้ฝากจะได้รับเงินสงเคราะห์ 100%
- ผลประโยชน์โอนเข้าบัญชีเงินฝากเพื่อเรียกในวันครบรอบปีของ
กรมธรรม์การฝากเงิน

9. ออมสิน 10/1

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิต สำหรับผู้ที่ต้องการส่งฝาก พร้อมรับ
ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และสิทธิพิเศษไม่ต้องตรวจและแถลงสุขภาพ

ลักษณะแบบประกัน

- เป็นความคุ้มครองแบบสะสมทรัพย์
- ส่งฝากเพียงครั้งเดียวคุ้มครอง 10 ปี
- การันตีการจ่ายเงินปันผลของวันครบรอบปีที่ 1 – 9
- อายุผู้ฝาก 7 – 75 ปี
- ไม่ต้องตรวจและแถลงสุขภาพ

จุดเด่น

- ส่งเงินฝากครั้งเดียว ในอัตราเดียวกันทุกเพศ ทุกวัน ทุกอาชีพ
- ในช่วงรับความคุ้มครอง
 - รับเงินปันผล 2.3% ของวงเงินสงเคราะห์สิ้นปีกรมธรรม์ที่
1 - 3
 - รับเงินปันผล 2.8% ของวงเงินสงเคราะห์สิ้นปีกรมธรรม์ที่
4 - 6
 - รับเงินปันผล 3.3% ของวงเงินสงเคราะห์สิ้นปีกรมธรรม์ที่
7 - 9
- สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 10 ผู้ฝากจะได้รับเงินสงเคราะห์ 100%
- ผลประโยชน์โอนเข้าบัญชีเงินฝากเพื่อเรียกตรงกับวันครบกำหนด

สิทธิประโยชน์

- เมื่อกรมธรรม์มีมูลค่าเงินสดมีสิทธิ
 - กู้เงินได้ตามมูลค่าเงินสด
 - เว้นคืนกรมธรรม์เพื่อขอรับเงินสด (ปิดบัญชี) ได้ตามมูลค่าเงินสด
- เงินที่ส่งฝากนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีได้ตามกฎหมายกำหนด

10. ออมสินสบายใจ

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิต สำหรับผู้ที่ต้องการส่งฝากระยะสั้น และรับความคุ้มครองระยะยาว พร้อมทั้งรับผลประโยชน์เป็นบำนาญการันตี

ลักษณะแบบประกัน

- เป็นความคุ้มครองแบบสะสมทรัพย์
- มีให้เลือก 2 ระยะเวลา คือ ระยะเวลาส่งฝาก 8 ปี คุ้มครอง 16 ปี และ ระยะเวลาส่งฝาก 10 ปี คุ้มครอง 20 ปี
- รับประกันการจ่ายบำนาญเป็นระยะเวลา 8 งวด หรือ 10 งวด
- อายุผู้ฝาก 7 – 55 ปี

จุดเด่น

- ระยะเวลาส่งฝากสั้นรับความคุ้มครองยาว
- ในช่วงส่งฝากรับเงินปันผล 5% ของวงเงินสงเคราะห์ทุกวันครบรอบ 3 ปีกรมธรรม์
- รับเงินปันผล 50% ของวงเงินสงเคราะห์ในวันครบรอบปีกรมธรรม์ที่ 8 หรือปีกรมธรรม์ที่ 10
- รับประกันการจ่ายบำนาญปีละ 5% ของวงเงินสงเคราะห์ จำนวน 8 งวด หรือ 10 งวด
- วันรับเงินบำนาญงวดสุดท้าย ผู้ฝากจะได้รับเงินสงเคราะห์อีก 100%

ความคุ้มครอง กรณีเสียชีวิต

- ปีกรมธรรม์ที่ 1 – 3 ธนาคารจ่ายเงินสงเคราะห์ 100% และจะได้รับ ความคุ้มครองเพิ่มขึ้น 30% ของวงเงินสงเคราะห์เริ่มแรกทุก 3 ปี ในช่วงส่งเงินฝาก

- ระหว่างปีที่รับเงินบำนาญ ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ 100% พร้อมทั้งบำนาญส่วนที่เหลือทันทีเพื่อให้ครบ 8 งวด หรือ 10 งวด

11. ออมสินเงินได้รายเดือน

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิต สำหรับผู้ที่ต้องการออมเงินเพื่อใช้ในอนาคต เปรียบเสมือนมีบำนาญเลี้ยงชีพทุกเดือนไปจนถึงอายุ 70 ปี พร้อมทั้งรับความคุ้มครองสูง

ลักษณะแบบประกัน

- รับเงินได้รายเดือน
- ระยะเวลาส่งฝาก 15 ปี คุ้มครองถึงอายุ 70 ปี
- อายุผู้ฝาก 20 – 50 ปี

จุดเด่น

- ระยะเวลาส่งฝากสั้นรับความคุ้มครองยาวถึงอายุ 70 ปี
- รับเงินคืนสูง โดยรับเงินปันผล 50% ของวงเงินสงเคราะห์หลังส่งฝากครบ 15 ปี พร้อมเริ่มรับเงินได้รายเดือน ๆ ละ 1% ของวงเงินสงเคราะห์จนถึงก่อนอายุครบ 70 ปี
- เมื่อผู้ฝากอายุครบ 70 ปีบริบูรณ์ จะได้รับ 300% ของวงเงินสงเคราะห์

กรณีเสียชีวิต

- ปีกรมธรรม์ที่ 1 – 5 ธนาคารจะจ่ายเงิน 100% ของวงเงินสงเคราะห์
- ปีกรมธรรม์ที่ 6 – ก่อนอายุครบ 70 ปี ธนาคารจ่ายเงิน 300% ของวงเงินสงเคราะห์

สิทธิประโยชน์

เมื่อกรมธรรม์มีมูลค่าเงินสด มีสิทธิ

- กู้เงินได้ตามมูลค่าเงินสด
- เว้นคืนกรมธรรม์เพื่อขอรับเงินสด (ปีดับบัญชี) ได้ตามมูลค่าเงินสด
- หยุดส่งเงินฝากและให้ธนาคารโอนมูลค่าเงินสดส่งฝากแทนให้หรือให้ธนาคารลดความคุ้มครองโดยไม่ต้องส่งเงินฝากต่อ

12. ออมสินเกษียณสุข

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิต สำหรับผู้เริ่มทำงานและต้องการสร้างความมั่นคงยามเกษียณ พร้อมรับความคุ้มครองอย่างคุ้มค่า

ลักษณะแบบประกัน

- เป็นความคุ้มครองแบบสะสมทรัพย์
- ระยะเวลาส่งฝาก 10 ปี คุ้มครองถึงอายุ 60 ปี
- อายุผู้ฝาก 7 – 40 ปี

จุดเด่น

- ระยะเวลาส่งฝากสั้น รับความคุ้มครองยาวถึงอายุ 60 ปี
- ผู้ฝากจะได้รับเงินปันผล 4% ของวงเงินสงเคราะห์ ตั้งแต่สิ้นปีกรมธรรม์ที่ 10 เป็นต้นไป จนถึงอายุครบ 60 ปี
- เมื่อผู้ฝากอายุครบ 60 ปีบริบูรณ์จะได้รับ 100% ของวงเงินสงเคราะห์ พร้อมโบนัสอีก 50% ของวงเงินสงเคราะห์
- กรณีผู้ฝากเสียชีวิต ธนาคารจะจ่ายเงิน 100% ของวงเงินสงเคราะห์ พร้อมทั้งคืนเงินที่ได้ส่งฝากมาทั้งหมด

สิทธิประโยชน์

เมื่อกรมธรรม์มีมูลค่าเงินสด มีสิทธิ

- กู้เงินได้ตามมูลค่าเงินสด
- เว้นคืนกรมธรรม์เพื่อขอรับเงินสด (ปิดบัญชี) ได้ตามมูลค่าเงินสด
- หยุดส่งเงินฝากและให้ธนาคารโอนมูลค่าเงินสดส่งฝากแทนให้หรือให้ธนาคารลดความคุ้มครอง โดยไม่ต้องส่งเงินฝากต่อ

13. ออมสินคู่ขวัญ

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองชีวิตทั้งพ่อหรือแม่และบุตรในกรมธรรม์เดียวกัน เหมาะสำหรับพ่อหรือแม่ที่ต้องการทำประกัน เพื่อเป็นหลักประกันการศึกษาในอนาคต และเป็นของขวัญสำหรับบุตร โดยมีระยะเวลาส่งเงินฝากสั้นกว่าระยะเวลาคุ้มครองมีให้เลือก 2 ระยะเวลาคือ

- ส่งเงินฝาก 10 ปี คุ้มครอง 15 ปี
- ส่งเงินฝาก 15 ปี คุ้มครอง 20 ปี

เงื่อนไขการฝากเงิน

- อายุผู้ฝากตั้งแต่ 20 – 55 ปี
- อายุบุตรตั้งแต่แรกเกิด – 10 ปี ระบุชื่อบุตรได้คนเดียวและเปลี่ยนแปลงไม่ได้
- ผู้ฝากต้องเป็นพ่อหรือแม่ ที่แท้จริงของบุตร
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้สูงสุด 10 ล้านบาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามความสะดวก คือ รายปี, ราย 6 เดือน, ราย 3 เดือน และรายเดือน

ผลประโยชน์ กรณีมีชีวิตอยู่

- ตั้งแต่รอบปีกรมธรรม์ที่ 2 เป็นต้นไป ธนาคารจะจ่ายเงินของขวัญวันเกิดให้ 2% ของวงเงินสงเคราะห์ให้กับบุตรในวันเกิดของบุตรทุกปี
- ถ้าหากบุตรมีชีวิตอยู่จนถึงวันครบกำหนดสัญญา ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100%
- หากตกเป็นบุคคลทุพพลภาพโดยสิ้นเชิง ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100% ส่วนบุตรยังคงได้รับเงินของขวัญวันเกิดทุกปี และได้รับความคุ้มครองต่อจนกรมธรรม์ครบกำหนด (และจะได้รับเงินสงเคราะห์อีก 100%)

ผลประโยชน์

กรณีมีชีวิตอยู่

- ตั้งแต่รอบปีกรมธรรม์ที่ 2 เป็นต้นไป ธนาคารจะจ่ายเงินของขวัญวันเกิดให้ 2% ของวงเงินสงเคราะห์ให้กับบุตร ในวันเกิดของบุตรทุกปี
- ถ้าหากบุตรมีชีวิตอยู่จนถึงวันครบกำหนดสัญญา ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100%
- หากตกเป็นบุคคลทุพพลภาพโดยสิ้นเชิง ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ 100% ส่วนบุตรยังคงได้รับเงินของขวัญวันเกิดทุกปี และได้รับความคุ้มครองต่อจนกรมธรรม์ครบกำหนด (และจะได้รับเงินสงเคราะห์อีก 100%)

กรณีเสียชีวิต

- กรณีผู้ฝากเสียชีวิต ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100% ส่วนบุตร ยังคงได้รับเงินของขวัญวันเกิดทุกปี และได้รับความคุ้มครองต่อจน กรรมกรรมครบกำหนด (และจะได้รับเงินสงเคราะห์อีก 100%)
- กรณีบุตรเสียชีวิต ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ตามอายุของบุตร และกรรมกรรมสิ้นผลบังคับ
- กรณีผู้ฝากและบุตรเสียชีวิตพร้อมกัน ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ ของทั้งผู้ฝากและบุตรให้กับทายาท

14. ออมสินอุ่นใจ

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิตสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับ ตัวเองและครอบครัว ให้ผลตอบแทนทั้งในรูปแบบของเงินปันผลและความคุ้มครอง พร้อมกันได้รับเงินบำนาญอีก 10 ปี มีให้เลือก 2 ระยะเวลา คือ

- ส่งเงินฝาก 15 ปี คุ้มครอง 25 ปี
- ส่งเงินฝาก 20 ปี คุ้มครอง 30 ปี

เงื่อนไขการฝากเงิน

- อายุผู้ฝาก 7 – 55 ปี
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้สูงสุด 10 ล้านบาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามความสะดวก คือ รายปี, ราย 6 เดือน, ราย 3 เดือน และรายเดือน

ผลประโยชน์

กรณีมีชีวิตอยู่

- ธนาคารจะจ่ายเงินปันผลให้ 10% ของวงเงินสงเคราะห์ทุกวัน ครอบรอบ 3 ปีกรรมกรรม
- กรณีเลือกระยะเวลาส่งเงินฝาก 20 ปี เมื่อครบ 20 ปี ธนาคารจะ จ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100%
- กรณีเลือกระยะเวลาส่งเงินฝาก 15 ปี เมื่อครบ 15 ปี ธนาคารจะ จ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 50%
- หลังจากกรรมกรรมครบกำหนดส่งเงินฝาก ผู้ฝากจะได้รับเงินบำนาญ ปีละ 10% ของวงเงินคุ้มครองเป็นจำนวน 10 งวด

- ถ้าผู้ฝากมีชีวิตรอดอยู่จนถึงวันรับบำนาญงวดที่ 10 ธนาคารจะจ่ายเงินให้อีก 100% ของวงเงินสงเคราะห์

กรณีเสียชีวิต

- ถ้าผู้ฝากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 1 – 3 ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100% หากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 4 เป็นต้นไป ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์เพิ่มขึ้นอีก 30% ของวงเงินสงเคราะห์เริ่มแรกทุก 3 ปี
- ถ้าผู้ฝากเสียชีวิตก่อนรับเงินบำนาญครบ 10 งวด ธนาคารจะจ่ายเงินบำนาญส่วนที่เหลือทันที 10 งวด พร้อมทั้งเงินสงเคราะห์อีก 100% เช่น ถ้าผู้ฝากรับเงินบำนาญไป 2 งวด แล้วเสียชีวิตลง ธนาคารจะจ่ายเงินบำนาญที่เหลืออีก 8 งวดให้ทันที พร้อมกับจ่ายเงินสงเคราะห์อีก 100%

15. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิตสำหรับผู้ที่ต้องการผลประโยชน์ในรูปแบบเงินปันผลคืนเร็ว พร้อมโบนัสเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด และยังได้รับความคุ้มครองสูงขึ้นตลอดระยะเวลา โดยมีระยะเวลาส่งเงินฝากสั้นกว่าระยะเวลาคุ้มครอง

เงื่อนไขการฝากเงิน

- อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 – 55 ปี
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้สูงสุด 10 ล้านบาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามความสะดวก คือรายปี, ราย 6 เดือน, ราย 3 เดือน และรายเดือน

ผลประโยชน์

กรณีมีชีวิตอยู่

- ธนาคารจะจ่ายเงินปันผลให้ 8% ของวงเงินคุ้มครองทุกวันครบรอบ 2 ปีกรมธรรม์
- เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดธนาคารจะจ่าย
 - เงินสงเคราะห์ให้ 100% และ
 - โบนัส 14% ของวงเงินสงเคราะห์รวมเป็น 114% ของวงเงินคุ้มครอง

กรณีเสียชีวิต

- ถ้าผู้ฝากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 1 – 2 ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100% หากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 3 เป็นต้นไป ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์เพิ่มขึ้นอีก 10% ของวงเงินสงเคราะห์เริ่มแรกทุก 2 ปี

16. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200

รูปแบบการฝากเงินพร้อมประกันชีวิตสำหรับผู้ที่ต้องการผลประโยชน์ในรูปแบบเงินปันผลคืนเร็ว พร้อมโบนัสเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด และยังได้รับความคุ้มครองสูงขึ้นตลอดระยะเวลา

เงื่อนไขการฝากเงิน

- อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 – 55 ปี
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้สูงสุด 10 ล้านบาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามสะดวก คือ รายปี, ราย 6 เดือน, ราย 3 เดือน และรายเดือน

ผลประโยชน์

กรณีมีชีวิตอยู่

- ธนาคารจะจ่ายเงินปันผลให้ 8% ของวงเงินสงเคราะห์ทุกวันครบรอบ 2 ปีกรมธรรม์
- เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ธนาคารจะจ่าย
 - เงินสงเคราะห์ให้ 100% และ
 - โบนัส 44% ของวงเงินสงเคราะห์รวมเป็น 144% ของวงเงินคุ้มครอง

กรณีเสียชีวิต

- ถ้าผู้ฝากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 1 – 2 ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ 100% หากเสียชีวิตในปีกรมธรรม์ที่ 3 เป็นต้นไป ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์เพิ่มขึ้นอีก 10% ของวงเงินสงเคราะห์เริ่มแรกทุก 2 ปี

17. ออมสินตลอดชีพ

กรมธรรม์การฝากเงินแบบ “ออมสินตลอดชีพ” นับเป็นรูปแบบการออมทรัพย์ที่ตอบสนองความต้องการของครอบครัวทุกกลุ่มทุกระดับได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทำให้ผลตอบแทน ด้านการออม หรือการให้ความคุ้มครองชีวิตที่มีความพิเศษสุด ด้วยการให้ความคุ้มครองไปจนตลอดระยะเวลายาวนานของชีวิต

ผลประโยชน์

- ทุก ๆ 3 ปี จะได้รับเงินปันผลจำนวน 15% ของวงเงินคุ้มครอง
- เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดสัญญาจะได้รับเงินสงเคราะห์ 150% ของวงเงินคุ้มครอง
- หากเสียชีวิตลงในระหว่างสัญญา ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้กับผู้รับประโยชน์ 150% ของวงเงินคุ้มครอง
- หากเสียชีวิตภายหลังกรมธรรม์ครบกำหนดสัญญา ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้กับผู้รับประโยชน์ในอัตรา 150% ของวงเงินคุ้มครอง

อัตราเงินส่งฝาก

- วงเงินสงเคราะห์ชีวิตตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 10,000,000 บาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามสะดวก คือ รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

ความคุ้มครอง กรณีเสียชีวิต

- ปีที่ 1 – 5 คุ้มครอง 100% ของวงเงินสงเคราะห์
- ปีที่ 6 – 10 คุ้มครอง 200% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต
- ปีที่ 11 – 15 คุ้มครอง 300% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต

18. ร่มไพร

กรมธรรม์การฝากเงินที่สมบูรณ์แบบ ทั้งด้านความคุ้มครองชีวิตและผลตอบแทน ด้านการสะสมทรัพย์ด้วยอัตราการส่งเงินฝากอย่างสบาย ๆ แต่ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดด้วยการเพิ่มวงเงินคุ้มครองชีวิตให้สูงขึ้นเป็นระยะๆ พร้อมกับจ่ายเงินสดให้อีกต่างหากทุกระยะด้วยเช่นกัน และยังจ่ายโบนัสก้อนใหญ่ให้อีกเมื่อครบสัญญา เพิ่มคุณค่าชีวิตให้กับอนาคตที่สดใสและมั่นคงด้วยกรมธรรม์การฝากเงินแบบร่มไพร

ผลประโยชน์

- ทุก ๆ 5 ปี จะได้รับความคุ้มครองเพิ่มขึ้น 20% ของวงเงินสงเคราะห์
- ทุก ๆ 5 ปี เช่นกันรับเงินสดจำนวน 20% ของวงเงินสงเคราะห์
- เมื่อกรรมกรรมครบสัญญาได้รับเงินสงเคราะห์พร้อมกับรับเงินโบนัสอีก 40% ของวงเงินสงเคราะห์
- หากเสียชีวิตลงในระหว่างสัญญาธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์รวมทั้งส่วนที่คุ้มครองเพิ่มขึ้นในช่วงปีนั้น ๆ ให้กับผู้รับประโยชน์

อัตราเงินส่งฝาก

- ระยะเวลากรรมกรรมเลือกได้ 3 ระยะคือ 10 ปี 15 ปี และ 20 ปี
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามความสะดวกและความเหมาะสมคือ รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

ความคุ้มครองพิเศษ

- ขอรับความคุ้มครองอุบัติเหตุได้ด้วยอัตราค่าคุ้มครองที่ต่ำ
- หากประสบอุบัติเหตุธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์อุบัติเหตุให้ตามเงื่อนไข
- หากประสบความทุพพลภาพไม่ว่าจากความเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุก็ตามจะได้รับสิทธิพิเศษไม่ต้องส่งเงินฝากอีกต่อไป แต่สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ยังคงได้รับตามเดิมทุกประการ

19. พุนการศึกษา

การศึกษาคือรากฐานสำคัญที่สุดของชีวิตมอบคุณค่าทางการศึกษาให้กับบุตรหลานของท่านด้วยกรรมกรรมการฝากเงินแบบพุนการศึกษาที่มีความพิเศษด้วยการให้ความคุ้มครอง 2 ชีวิตทั้งผู้ฝากและผู้รับประโยชน์ในเวลาเดียวกัน แต่มีอัตราการส่งเงินฝากต่ำมาก นอกจากนี้ยังสามารถเลือกระยะเวลาส่งเงินฝากและวิธีรับเงินสงเคราะห์เป็นงวด ๆ ได้ตามแผนการศึกษาในอนาคตเลือกกรรมกรรมการฝากเงินแบบพุนการศึกษาให้เป็นของขวัญล้ำค่าที่สุดสำหรับบุตรหลานอันเป็นที่รัก

ผลประโยชน์

- เมื่อกรรมกรรมครบสัญญาผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินสงเคราะห์เป็นงวด ๆ ตามที่ได้เลือกไว้จากแผนการศึกษา



16780076

- หากผู้ฝากเสียชีวิตลงในระหว่างสัญญาจะได้รับการยกเว้นไม่ต้องส่งเงินฝากต่อผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินเมื่อครบสัญญา 21 ส.ย. 2558
- หากผู้รับประโยชน์เสียชีวิตลงในระหว่างสัญญาธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้ผู้ฝาก

สิทธิประโยชน์

- ส่งเงินฝากครบ 2 ปีขึ้นไปมีสิทธิ
- กู้เงินได้ตามมูลค่าเงินสด
- เว้นค่าธรรมเนียมเพื่อขอรับเงินสด (ปิดบัญชี) ได้ตามมูลค่าเงินสด
- หยุดส่งเงินฝากและให้ธนาคารโอนมูลค่าเงินสดส่งฝากแทนให้หรือให้ธนาคารลดความคุ้มครองลงโดยไม่ต้องส่งเงินฝากต่อ
- เงินที่ส่งฝากนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีตามที่กฎหมายกำหนด

รายละเอียด

- อายุผู้ฝาก ตั้งแต่ 20 – 60 ปีบริบูรณ์
- เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
- อายุผู้รับประโยชน์ตั้งแต่แรกเกิด – 15 ปี
- ผู้ฝากต้องเป็นพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ที่แท้จริงของผู้รับประโยชน์
- ระยะเวลากรรมสิทธิ์เลือกได้ 11 ระยะคือ 10, 11, 12, ... จนถึง 20 ปี
- เลือกส่งเงินฝากได้ตามความสะดวกและความเหมาะสมคือ รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

20. บำนาญสงเคราะห์

กรมธรรม์การฝากเงินแบบบำนาญสงเคราะห์ใช้ชีวิตด้วยความมั่นใจตลอดอนาคตอันยาวนาน ด้วยหลักประกันรายได้ที่ให้ผลประโยชน์ถึง 2 ลักษณะในกรมธรรม์เดียวกันคือให้ความคุ้มครองชีวิตในระหว่างสัญญาและจ่ายเงินบำนาญให้จนตลอดอายุของท่านหลังจากครบสัญญา โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นข้าราชการหรือจะต้องรอให้เกษียณอายุงานเสียก่อนเพราะท่านสามารถกำหนดระยะเวลาที่จะเริ่มต้นรับเงินบำนาญได้เองหรือจะรับเป็นเงินบำนาญก็ได้ นอกจากนี้แบบบำนาญสงเคราะห์ยังมีให้เลือกฝาก 2 ชนิด คือ ชนิดมีเงินปันผล และชนิดไม่มีเงินปันผล

ผลประโยชน์

- เมื่อกรมธรรม์ครบสัญญาจะได้รับเงินตามวงเงินสงเคราะห์
- หลังจากนั้นจะได้รับเงินบำนาญ 10% ของวงเงินสงเคราะห์ทุกปีไปจนตลอดอายุหากเสียชีวิตก่อนจะได้รับเงินบำนาญครบ 5 งวด
- ธนาคารจะจ่ายเพิ่มให้รวมเป็น 50% ของวงเงินสงเคราะห์ทันที
- จะเลือกรับเป็นเงินบำเหน็จก้อนเดียวแทนเงินบำนาญก็ได้ โดยจะได้รับเป็นเงินสดประมาณ 1 เท่าของวงเงินสงเคราะห์
- หากเสียชีวิตลงในระหว่างสัญญาธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้กับผู้รับประโยชน์
- หากเลือกฝากชนิดมีเงินปันผลทุก 5 ปี จะได้รับเงินปันผล 10% ของวงเงินสงเคราะห์ รวมทั้งในวันกรมธรรม์ครบสัญญา

ความคุ้มครองพิเศษ

- ขอรับความคุ้มครองอุบัติเหตุได้ด้วยอัตราค่าคุ้มครองที่ต่ำกว่าหากประสบอุบัติเหตุธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์อุบัติเหตุให้ตามเงื่อนไข
- หากประสบความทุกข์พลภาพไม่ว่าจากความเจ็บปวดหรืออุบัติเหตุก็ตามจะได้รับสิทธิพิเศษไม่ต้องส่งเงินฝากอีกต่อไป แต่สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ยังคงได้รับตามเดิมทุกประการ

สิทธิประโยชน์

- ส่งเงินฝากครบ 2 ปีขึ้นไปมีสิทธิ
 - กู้เงินได้ตามมูลค่าเงินสด
 - เว้นคืนกรมธรรม์เพื่อขอรับเงินสด (ปีบัญชี) ได้ตามมูลค่าเงินสด
 - หยุดส่งเงินฝากและให้ธนาคารโอนมูลค่าเงินสดส่งฝากแทนให้หรือให้ธนาคารลดความคุ้มครองลงโดยไม่ต้องส่งเงินฝากต่อ
- (เฉพาะแบบบำนาญสงเคราะห์ชนิดไม่มีเงินปันผลทุกระยะส่งฝากและแบบบำนาญสงเคราะห์ชนิดมีเงินปันผลระยะเวลาส่งเงินฝาก 10 ปี และ 15 ปี สามารถนำเงินที่ส่งฝากไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปี เช่นเดียวกับเบี้ยประกันชีวิตตามประกาศอธิบดีกรมสรรพากร ฉบับที่ 172)

การประกันชีวิต หมายถึง การประกันความไม่แน่นอนให้เป็นสิ่งที่แน่นอน ความแน่นอนในที่นี้หมายถึง การมีรายได้ที่แน่นอนตลอดไปไม่ว่าจะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นกับชีวิตก็ตาม เพราะบริษัทประกันชีวิตพร้อมที่จะรับผิดชอบตามสัญญา หากมีภัยเกิดขึ้นแก่ผู้เอาประกัน อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ให้ความหมายของการประกันชีวิตไว้มากมาย ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

การประกันชีวิตเป็นวิธีการที่คนกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันขึ้น เพื่อช่วยกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตายก่อนเวลาอันสมควร และรวมถึงการสูญเสียรายได้ในยามชรา การสูญเสียอวัยวะ พิการ และค่ารักษาพยาบาลจากการเจ็บป่วย

การประกันชีวิตเป็นวิธีการชดเชยความสูญเสียอันเนื่องมาจากภัย โดยการเฉลี่ยเก็บเงินจากสมาชิกก่อนหนึ่งมอบให้กับสมาชิกหรือครอบครัวของสมาชิกผู้ประสบภัยเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน

การประกันชีวิตเป็นกลไกทางสังคมอย่างหนึ่งที่เป็นสื่อกลางในการให้ความคุ้มครองค่าทางเศรษฐกิจหรือรายได้ของผู้หาเลี้ยงครอบครัว

การประกันชีวิตเป็นแผนการของชุมชนที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้น เป็นระบบการช่วยเหลือแบ่งเบาภาระอันเกิดจากทุกข์ภัยที่สมาชิกของชุมชนได้รับ โดยการรวบรวมเงินออมของสมาชิกเข้าเป็นกองทุน เมื่อสมาชิกรายใดประสบภัยพิบัติอันนำมาซึ่งปัญหาความเดือดร้อน สมาชิกหรือครอบครัวของผู้ประสบภัยก็จะได้รับความช่วยเหลือ จากเงินทุนนี้ บริษัทประกันชีวิตทำหน้าที่เสมือนหนึ่งผู้ดูแลกองทุนนับแต่การชี้แจงแนะนำหาสมาชิกเข้าร่วมกองทุน รวบรวมเงินออมของสมาชิก จัดทำทะเบียน และออกใบรับรองสมาชิกภาพ (กรมธรรม์) และจ่ายเงินช่วยเหลือเมื่อสมาชิกประสบภัย รวมทั้งบริหารการเงิน เพื่อนำดอกผลมาจ่ายคืนแก่สมาชิกในรูปของเงินปันผล และเงินช่วยเหลือดังกล่าว (พรศิริ แสงสุวรรณ, 2537)

ความจำเป็นของการประกันชีวิต

เพราะตระหนักในความไม่แน่นอนของชีวิต มนุษย์จึงหาหนทางสร้างหลักประกันให้แก่ชีวิต โดยเฉพาะในเรื่องของรายได้ เมื่อครอบครัวต้องสูญเสียผู้นำขาดผู้อุปการะนั้นย่อมหมายถึงรายได้ที่เคยได้ประจำนั้นต้องหมดสิ้นลงทันที ภรรยาและบุตรหรือผู้ที่อยู่ในความอุปการะย่อมประสบปัญหาความเดือดร้อนในการดำรงชีพการประกันชีวิต จะช่วยพิทักษ์รายได้ของครอบครัว สานเป้าหมายในชีวิตของทุกคนต่อไปไม่ว่าผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวนั้นจะพบกับอุปสรรคของการดำเนินชีวิตจากการตกงาน การเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ การตกเป็นบุคคลทุพพลภาพ ความชรา หรือเสียชีวิตก็ตาม

อุปสรรคจากการตกงาน

ค่าตอบแทนการทำงานในอาชีพต่างๆ ไม่ว่าจะได้รับเป็นเงินเดือนประจำ เงินรายวัน ค่าตอบแทนตามผลงาน หรือแม้แต่ผู้ที่มีกิจการเป็นของตนเอง หากวันใดวันหนึ่งเกิดความไม่มั่นคง ในอาชีพหรือธุรกิจ การตกงานหรือออกจากงานจะด้วยกรณีใดก็ตามย่อมก่อความลำบากในการ ดำเนินชีวิตอย่างแน่นอนเพราะรายได้หลักที่เคยได้ประจําวันนั้นขาดหายไป และคนส่วนมากไม่สามารถออมเงินไว้เป็นค่าใช้จ่ายในยามฉุกเฉินได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้เพราะการออมทรัพย์นั้นขาด การบังคับให้ทำเช่นนั้นตลอดไป ไม่มีกำหนดเวลาว่าเมื่อไรการออมนั้นจึงจะเพียงพอ การประกัน ชีวิตจะใช้วิธีการจูงใจให้สะสมเงินทุนไว้ใช้ยามฉุกเฉิน โดยสามารถกู้เงินจากกรมธรรม์ และเมื่อมี รายได้ก็สามารถชำระเบี้ยประกันต่อไปได้เหมือนเดิม

อุปสรรคจากการเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ

ความสามารถในการหารายได้ของคนเราอาจสะดุดหยุดลงชั่วคราวเนื่องจากการเจ็บป่วย หรือได้รับอุบัติเหตุ การประกันชีวิตช่วยพยุงรายได้ขณะเจ็บป่วยหรือได้รับอุบัติเหตุจนไม่สามารถ ปฏิบัติงานได้ตามปกติ บริษัทจะจ่ายค่าทดแทนรายได้หรือค่ารักษาพยาบาลให้ตามเงื่อนไข กรมธรรม์ และในกรณีที่ผู้เอาประกันไม่สามารถส่งเบี้ยประกันได้ บริษัทจะทำการกู้ชำระเบี้ยประกัน ให้โดยอัตโนมัติซึ่งทำให้กรมธรรม์ของผู้เอาประกันภัยไม่ขาดผลบังคับ

อุปสรรคจากการกลายเป็นบุคคลทุพพลภาพ

หากบุคคลใดต้องตกเป็นบุคคลทุพพลภาพอย่างถาวรเมื่อนั้นรายได้ของเขาจะสิ้นสุดลง ทันทีที่มีผลทำให้โครงการลงทุนต่าง ๆ ต้องยุติลงด้วย อีกทั้งยังเป็นภาระในการเลี้ยงดูของบุคคลใน ครอบครัว การประกันชีวิตช่วยบรรเทาความเสี่ยงในสาเหตุนี้ได้ เพราะผู้เอาประกันจะได้รับความ ค้ำครองตามเงื่อนไขกรมธรรม์ หากผู้นั้นกลายเป็นบุคคล ทุพพลภาพถาวรไม่สามารถประกอบ อาชีพใด ๆ ได้ช่วยให้บุคคลนั้นมีรายได้สำหรับตัวเองตลอดไปโดยไม่เป็นภาระของผู้อื่น นอกจากนี้ บริษัทจะชำระเบี้ยประกันแทนซึ่งมีผลทำให้กรมธรรม์มีผลบังคับตลอดไปจนครบกำหนดสัญญา

อุปสรรคจากความชรา

เมื่ออย่างเข้าสู่วัยชรา ร่างกายจะไม่สามารถประกอบการทำงานได้อย่างเต็มที่ แต่ความ ต้องการมีรายได้จะมีคงมีอยู่ เพราะวันใดที่รายได้หยุดลงการดำเนินชีวิตต่อไปก็จะเป็นภาระสำหรับ ผู้อื่นในครอบครัวซึ่งคงไม่มีใครต้องการให้เป็นเช่นนั้น การประกันชีวิตจะช่วยเก็บออมเงินทุนได้ดี ที่สุด ด้วยวิธีนี้ไม่ว่าจะมีอายุยืนยาวเพียงใดก็ตามรายได้ก็จะไม่มีวันขาดหายไป

อุปสรรคจากการมรณกรรม

ไม่มีผู้ใดหลีกเลี่ยงความตายได้และไม่มีใครสามารถรู้ล่วงหน้าว่าเหตุการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อใด เมื่อเวลานั้นมาถึง พลังในการหารายได้จะสูญสิ้นไปจากครอบครัวทันทีแต่คนข้างหลังยังต้องต่อสู้ต่อไปด้วยความยากลำบาก และวันไหนหมดเวลา มนุษย์ไม่สามารถหยุดยั้งความตายได้นอกจากเตรียมรับกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนนั้น

ประโยชน์ของการประกันชีวิต สามารถแยกประโยชน์ของการประกันชีวิตได้เป็น 3 ระดับคือ

1. ประโยชน์ต่อบุคคลและครอบครัว
2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ
3. ประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

1. ประโยชน์ต่อบุคคลและครอบครัว

ก. ประโยชน์ต่อบุคคลและครอบครัว

การประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่บุคคลและครอบครัวสร้างนิสัยการออมทำให้มีเงินกองทุนไว้ใช้ในยามจำเป็นก่อให้เกิดความมั่นคงความอบอุ่นในครอบครัว ซึ่งจะแยกเป็นรายละเอียดได้ดังนี้ ประโยชน์ในด้านให้ความคุ้มครอง เมื่อหัวหน้าครอบครัวเสียชีวิต สมาชิกทั้งหมดย่อมประสบกับความเดือดร้อนทางการเงิน แต่ถ้าหัวหน้าครอบครัวทำประกันชีวิตไว้ครอบครัวที่อยู่ข้างหลังจะก็ไม่ได้เดือดร้อน เนื่องจากเงินก้อนหนึ่งที่ได้รับจากการประกันชีวิตจะช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ในทางการเงินได้

- 1) ช่วยปลดเปลื้องภาระครั้งสุดท้ายของชีวิต เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าพิธีกรรม เป็นต้นต่าง ๆ หลังจากเสียชีวิตแล้ว
- 2) ช่วยให้ภรรยาที่เป็นหม้ายมีเงินเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีวิตโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาคนอื่น
- 3) ช่วยให้ผู้ที่อยู่ในความอุปการะมีเงินก้อนพอที่จะแก้ไขปัญหาของตนไปได้ระยะหนึ่งและรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้รับประโยชน์เพื่อป้องกันการจับจ่ายใช้สอยไปในทางสุรุ่ยสุร่ายในกรณีที่ผู้รับประโยชน์ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
- 4) สร้างทุนการศึกษาให้กับบุตร
- 5) ช่วยให้มีเงินก้อนสำหรับปลดเปลื้องภาระหนี้สิน

- 6) กรณีที่ผู้เอาประกันได้รับอุบัติเหตุ ถ้าหากมีการประกันอุบัติเหตุควบคู่กับการประกันชีวิตก็จะมีเงินสำหรับเป็นค่ารักษาพยาบาลหรือถ้าถึงกับทุพพลภาพถาวรจนไม่อาจประกอบอาชีพต่อไปได้ก็จะได้รับเบี้ยเลี้ยงชีพ ทำให้ไม่เป็นภาระแก่ผู้อื่น
- 7) ช่วยแบ่งเบาภาระการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยการนำเบี้ยประกันชีวิตที่จ่ายในภาษีตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 10,000 บาท ไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ ทั้งนี้เฉพาะกรณีประกันชีวิตที่มีกำหนดระยะเวลาตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป และออกโดยบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยเท่านั้น

ข. ประโยชน์ในด้านการออม

- 1) เป็นการเก็บออมที่สม่ำเสมอเพราะมีเงื่อนไขและสัญญาต่อกันระหว่างผู้เอาประกันกับผู้รับประกัน เมื่อถึงกำหนดผู้รับประกันจะมีใบเตือนการชำระเบี้ยแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หรือมีพนักงานคอยให้ความสะดวกโดยบริการเก็บเงินถึงบ้าน เป็นต้น
- 2) มีเงินก้อนไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน โดยสามารถกู้ยืมใช้ได้เมื่อกรณีมีอายุ 2 – 3 ปีขึ้นไป
- 3) มีเงินก้อนสำหรับกองทุนต่างๆ เช่น กองทุนยามชรา กองทุนเพื่อการศึกษาหรือเพื่อการสมรส กองทุนปรับปรุงฐานะครอบครัว กองทุนเพื่อดำเนินธุรกิจอิสระ กองทุนเพื่อพิทักษ์ธุรกิจ ฯลฯ
- 4) ปลุกฝังให้เกิดนิสัยประหยัด รู้จักเก็บออมเพื่อให้ครอบครัวมีฐานะเป็นปึกแผ่นมั่นคง
- 5) ปลุกฝังให้เกิดความรักความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัวและทำให้ครอบครัว มีโครงการทางการเงินที่สมบูรณ์

ค. ประโยชน์ในด้านการลงทุน

- 1) ไม่ต้องลงทุนก้อนใหญ่ซึ่งไม่เป็นการขัดกับค่าครองชีพประจำวัน
- 2) มีหลักประกันอย่างสมบูรณ์ว่าต้นทุนจะไม่สูญหายเพราะบริษัทประกันชีวิตเป็นผู้รับผิดชอบต่อการลงทุนและบริษัทได้รับอนุญาตให้นำไปลงทุนได้เฉพาะกิจที่มั่นคงเท่านั้น
- 3) ได้รับเงินปันผลตามสมควร หมายความว่า การประกันบางประเภท เช่น แบบสะสมทรัพย์ ถ้าผู้เอาประกันอายุไม่มาก เงินที่ได้รับเมื่อกรณีครบกำหนดมักจะมากกว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ส่งรวมกันทั้งหมด การประกันบางประเภทได้กำหนดไว้ว่าผู้เอาประกันจะได้รับเงินปันผลถ้าหากบริษัทมีกำไร

- 4) เป็นหลักทรัพย์ที่แน่นอนไม่ว่าจะเป็นกรณีอยู่ครบกำหนดหรือเสียชีวิตระหว่างสัญญาเพียงแต่ชำระเบี้ยประกันให้ตลอดเท่านั้น

2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ

การประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ผู้บริหารผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนหุ้นส่วนของบริษัทเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจทั้งในด้านการวางแผน การผลิตสินค้า ตลอดจนความเชื่อถือในผู้ถือหุ้นของบริษัทซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อตัวสินค้าของบริษัท หากต้องสูญเสียพวกเขาเหล่านี้ไปแม้เพียงคนเดียวก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทได้ การประกันชีวิตจึงมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจอย่างมาก กล่าวคือ

- ก. สร้างศรัทธาด้านการเงิน การประกันชีวิตช่วยคุ้มครองธุรกิจไม่ให้ได้รับผลกระทบในด้านการเงินและศรัทธา นิยม อันเนื่องมาจากความมรณะของผู้เป็นเจ้าของความเจริญของธุรกิจย่อมขึ้นอยู่กับจำนวนเงินทุนที่จะใช้ในการดำเนินงานและความสามารถของผู้เป็นเจ้าของ ความมรณะของเจ้าของธุรกิจอาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้ เจ้าของที่ขาดความเชื่อมั่น ในความเป็นอยู่ของธุรกิจนั้นอาจไม่ยอมให้สินเชื่อหรือยืมเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่ยอมขยายระยะเวลาในการให้กู้ยืมออกไป ค่าความนิยมของธุรกิจอาจเสื่อมลง การดำเนินธุรกิจอาจไม่ราบรื่น และอาจต้องเลิกล้มไปในที่สุดแต่ถ้าเจ้าของกิจการได้ทำประกันชีวิตไว้เงินที่บริษัทประกันชีวิตจ่ายให้สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการต่อไปได้ตามปกติ
- ข. คุ้มครองบุคคลที่เป็นหัวใจสำคัญของงาน ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจอาจขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถหรือความชำนาญของบุคคลบางคนโดยเฉพาะ เช่น นักค้นคว้า นักวิจัยหรือนักบริหารธุรกิจขององค์การธุรกิจนั้น เป็นต้น หากองค์การธุรกิจนั้น ๆ มีการทำประกันชีวิตบุคคลที่เป็นหัวใจสำคัญของงานไว้ ถ้าบุคคลเหล่านี้เสียชีวิตก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอีกทั้งยังทำให้มีทุนสำหรับจ้างหรือฝึกอบรมบุคคลใหม่ขึ้นมาแทนได้
- ค. คุ้มครองบุคคลที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น ตามปกติเมื่อหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งของห้างหุ้นส่วนถึงแก่กรรมห้างหุ้นส่วนนั้น ย่อมจะเลิกไปเงินส่วนที่เป็นของผู้ที่ถึงแก่กรรมต้องคืนให้แก่ทายาทของผู้นั้น ถ้าหุ้นส่วนคนอื่น ๆ ต้องการให้ห้างหุ้นส่วนดำเนินกิจการต่อไปก็ต้องหาเงินมาจ่ายแก่ทายาทของหุ้นส่วนผู้ถึงแก่กรรม แต่ถ้าภาคี (ผู้มีส่วน) ที่เข้าร่วมในหุ้นส่วนมีการประกันไว้ก็สามารถนำเงินจากการเอา

ประกันชีวิตนั้นมาซื้อส่วนของหุ้นส่วนที่ถึงแก่กรรมและยังมีทุนรอน ที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจนั้น ๆ เจริญก้าวหน้าขึ้นอีกด้วยและในกรณีที่บริษัทจำกัดมีผู้ถือหุ้นเพียงไม่กี่คนแต่ละคนถือหุ้นไว้เป็นจำนวนมาก การบริหารงานดำเนินไปได้ก็โดยอาศัยความร่วมมือในหมู่ผู้ถือหุ้นนี้ ฉะนั้นหากผู้ถือหุ้นคนใดถึงแก่กรรมทายาทอาจขายหุ้นให้แก่บุคคลภายนอกทำให้ผิดเจตนารมย์ของบริษัทและทำให้การบริหารงานของบริษัทต้องหยุดชะงัก ดังนั้นผู้ถือหุ้นอาจตกลงกันจัดให้มีการประกันชีวิตเพื่อนำเงินนั้นมาซื้อหุ้นของผู้ถือหุ้นบริษัทที่ถึงแก่กรรมเพื่อจะได้โอนหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นที่ยังมีชีวิตอยู่ตามส่วนที่ตกลงไว้

- ง. อำนาจความสะดวกในการการกู้ยืม กรมธรรม์ประกันชีวิตสามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันการกู้ยืมได้ เมื่อผู้เอาประกันทำประกันได้ 2 หรือ 3. ปีไปแล้ว เป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักธุรกิจที่จะกู้ยืมเงินมาลงทุน
- จ. อำนาจความสะดวกในการด้านการขาย ในการขายสินค้าแบบสินเชื่อหรือวิธีผ่อนชำระลูกค้าอาจเสียชีวิตก่อนที่จะได้ชำระหนี้เสร็จสิ้น ถ้าผู้ซื้อมีการประกันชีวิตไว้ไม่ต่ำกว่าวงเงินที่ให้สินเชื่อและโอนผลประโยชน์ในกรมธรรม์ให้แก่ผู้ขายก็จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่การขาย (การประกันที่นำมาใช้สำหรับกรณีนี้เรียกว่า "การประกันชำระหนี้")
- ฉ. เป็นสวัสดิการลูกจ้าง การเสียชีวิตของลูกจ้างในบางกรณีก็ได้สืบเนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่ให้นายจ้าง แต่นายจ้างควรจ่ายเงินช่วยเหลือแก่ครอบครัวของลูกจ้างตามสมควร นอกจากนั้น เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ลูกจ้างอันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน นายจ้างควรมีสวัสดิการอื่น ๆ เท่าที่จะทำได้ แม้จะอยู่นอกข้อบังคับกฎหมาย เช่น ค่ารักษาพยาบาลเมื่อลูกจ้างเจ็บป่วย บำเหน็จบำนาญในยามปลดเกษียณ เป็นต้น กรณีเหล่านี้การประกันชีวิตแบบกลุ่มชั่วระยะเวลาหรือการประกันแบบสะสมทรัพย์สามารถสนองตอบวัตถุประสงค์ของนายจ้างได้

3. ประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

สถาบันสังคมเกิดจากบุคคลและครอบครัว หากบุคคลและครอบครัวมีความมั่นคงก็จะก่อให้เกิดเสถียรภาพทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย การประกันชีวิตเป็นการระดมเงินออมระยะยาวที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน ก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม

ก. ช่วยสะสมทุนเพื่อพัฒนาประเทศ ธุรกิจประกันชีวิตเป็นรูปแบบการระดมทุนภายในประเทศอย่างหนึ่ง กล่าวคือ เงิน เบี้ยประกันที่ผู้เอาประกันได้ชำระให้แก่บริษัทเป็นเงินฝากในระยะยาวเมื่อนำมารวมกันแล้วก็จะเงินก้อนใหญ่สามารถให้รัฐบาลหรือเอกชนกู้ยืมไปลงทุนได้

ข. ช่วยปลูกฝังนิสัยการประหยัด การประกันชีวิตทำให้ประชาชนสนใจในการเก็บออม ไม่สุรุ่ยสุร่ายเป็นการช่วยบรรเทาปัญหาเงินเฟ้อ

ค. ช่วยเสริมสร้างความสงบสุขในสังคม การประกันชีวิตช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีความรับผิดชอบต่อตนเองเมื่อประสบกับการทุพพลภาพก็ได้รับค่าชดเชยหรือเบี้ยเลี้ยงชีวิต เมื่อถึงวัยชราก็มีเงินจำนวนหนึ่งไว้เลี้ยงดูตนเอง หรือเมื่อเสียชีวิตก็มีเงินสำหรับครอบครัวไว้แก้ปัญหาต่าง ๆ ผลก็คือช่วยให้สังคมโดยทั่วไปมีหลักประกันและช่วยแบ่งเบาทางด้านประสาธเคราะห์ของรัฐบาล

ดังนั้น การประกันชีวิต คือ การเฉลี่ยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดการณ์มาก่อน โดยการทำสัญญากับบริษัทประกันชีวิต โดยบริษัทประกันจะจ่ายค่าความเสียหายให้หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด การประกันชีวิตจึงเป็นการออมและช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันและครอบครัว

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำว่า "การตลาด" มีความหมายในสองนัยคือ ความหมายแบบแคบการตลาดหมายถึงสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน เพื่อตกลงแลกเปลี่ยน หรือซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกัน และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิทธิความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วย และการตลาดในความหมายแบบกว้างหมายถึงกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) ในผลิตภัณฑ์ที่มีความเต็มใจ มีความสามารถในการแลกเปลี่ยนและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้รับความพอใจของตน

การตลาด (Marketing) ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน และมีผู้ให้ความหมาย หรือนิยามของการตลาดไว้เป็นจำนวนมาก เช่น

Peter Drucker ให้ความหมายของการตลาด ดังนี้ "การตลาด คือ ความพยายามทำให้การขายขยายกว้างออกไป และด้วยความรวดเร็วที่สุด"

William J. Stanton ได้กล่าวไว้ว่า "การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด ที่สามารถส่งผลกระทบระหว่างกันได้ เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และ

การส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะ
เป็นลูกค้าในอนาคต"

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association: AMA) ให้
ให้นิยามคำว่า "การตลาด" ไว้ดังนี้ "การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและบริหารในด้าน
แนวความคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิด
การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุขความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์
ขององค์กร"

Dr. Philip Kotler ศาสตราจารย์ด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้
นิยามของการตลาดว่า "การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความ
จำเป็นและความต้องการให้เป็นที่ยพอใจโดยผ่านกระบวนการการแลกเปลี่ยน"

การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจาก
ผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์
ของกิจการ

การตลาดเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน การ
ดำเนินการทางด้านการตลาดจะส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางทั้งในแง่ของผลดี หรือผลประโยชน์ที่
จะได้รับ และผลกระทบด้านผลเสียทั้งภายในและภายนอกประเทศซึ่งจำแนกความสำคัญของการ
การตลาดได้ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคมและบุคคล

การตลาดมีความสำคัญที่มีต่อสังคมและบุคคลดังต่อไปนี้

- 1.1. การตลาดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการซื้อของบุคคล
- 1.2. การตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชากรในสังคมให้สูงขึ้น
- 1.3. การตลาดทำให้เกิดงานอาชีพต่าง ๆ แก่บุคคลเพิ่มมากขึ้น

2. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ

การตลาดทำให้เกิดการซื้อขายสะดวก รวดเร็ว ผู้ซื้อผู้ขายติดต่อสัมพันธ์กันได้
ตลอดเวลา การปฏิบัติต่าง ๆ ทางการตลาดก็มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมากมายดังนี้

- 2.1. การตลาดช่วยให้ประชากรมีรายได้สูงขึ้น
- 2.2. การตลาดทำให้เกิดการหมุนเวียนของปัจจัยการผลิต
- 2.3. การตลาดช่วยสร้างความต้องการในสินค้าและบริการ
- 2.4. การตลาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวความคิดมุ่งการตลาดเชิงยุทธ์ (The Strategic Marketing Concept)

เพื่อให้การดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดเป้าหมาย ได้รับความพอใจสูงสุดดังนี้

1. กำหนดตลาดเป้าหมาย คือ การกำหนดกลุ่มลูกค้า หรือตลาด ซึ่งสามารถแข่งได้ 2 กลุ่มได้ คือ

- 1.1. บุคคลธรรมดาในตลาดผู้บริโภค
- 1.2. ผู้ที่ซื้อเป็นสถาบันหรือองค์กรในอุตสาหกรรม

2. กำหนดส่วนผสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

- 2.1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.2. ราคา (Price)
- 2.3. การจัดจำหน่าย (Place)
- 2.4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

การตลาดเป็นหน้าที่ทางธุรกิจที่เปรียบเสมือนแนวทางในสนามรบที่ต้องมีระบบที่ดีในการดำเนินกิจกรรมและต้องมีแผนกลยุทธ์ หรือยุทธวิธีในการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ถ้าเปรียบต่อไปว่าการสู้รบในสนามรบต้องมีฝ่ายขาว ทั้งการขาวภายในและขาวกรองภายนอก ในระบบการตลาดก็ต้องมี "ข้อมูลที่ดี" เพื่อตอบสนองความต้องการของฝ่ายการตลาดในการจัดวางแผนการดำเนินงานทางการตลาด การจัดวางแผนกลยุทธ์ ตลอดจนแนวทางปฏิบัติการและการควบคุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) สรุปว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4 P's) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ ประกอบด้วย 4 ประการคือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือสิ่งที่จะต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจย่อมสามารถควบคุมได้ โดยเลือกสถานที่เหมาะสมหรือช่องทางการจำหน่ายที่สามารถอำนวยความสะดวกประโยชน์ให้แก่กิจการได้มากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบธุรกิจสามารถควบคุมการส่งเสริมการตลาดให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย ตลอดจนการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน

กลยุทธ์ หมายถึง กรอบของเรื่องราวที่ใช้แนวทางเลือกทั้งหลายซึ่งจะเป็นตัวกำหนดลักษณะและทิศทางขององค์การโดยทางเลือกเหล่านั้นก็คือ เรื่องที่เกี่ยวกับขอบเขตความกว้างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่องค์การเสนอขาย ตลาดที่บริษัทกำลังทุ่มเททำการค้าอยู่ ความสามารถหรือจุดเด่นของบริษัทที่มีอยู่ การเติบโต ผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินการและการแบ่งสรรทรัพยากรขององค์การ

องค์การทุกองค์การที่กำลังดำเนินกิจกรรมอยู่ทุกแห่งต่าง ๆ ก็มีทิศทางเดินหรือการก้าวมุ่งไปสู่ทางใดทางหนึ่ง และถ้าหากผู้บริหารระดับสูงขององค์การเหล่านั้นไม่ได้เอาใจใส่จริงจังกับการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทางการก้าวขององค์การก็จะเป็นไปโดยขาดทิศทางที่แน่นอน และต้องเสี่ยงในการพัฒนาอาจโน้มเอียงไปตามแรงดึงดูด ทั้งจากอิทธิพลภายในหรือภายนอกองค์การ ปัญหาการปล่อยปะละเลยดังกล่าวนี้เองที่เป็นปัญหาสำคัญที่มักจะถูกมองข้ามเสมอ ซึ่งผลเสียที่ตามมาก็จะมีได้มาก นั่นคือถ้าหากปล่อยให้อนาคตชีวิตขององค์การดำเนินไปตามแบบที่ตามมีตามเกิดแล้ว ก็เท่ากับกำลังยอมอยู่ภายใต้อิทธิพลของการชักจูงและผลักดันโดยลูกน้องที่อยู่ต่ำลงไปขององค์การ หรือโดยอิทธิพลจากภายนอกทั้งหลาย เช่น ตามคำชักชวนของรัฐบาล ตามคำแนะนำของนายธนาคาร ตามพลังของการแข่ง ตามข้อเรียกร้องของแรงงานหรืออิทธิพลอื่นใดก็ได้

กลยุทธ์พื้นฐาน เพื่อการนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งนั้นจะมีอยู่ 4 ชนิดด้วยกัน คือ

1. การสร้างส่วนแบ่งตลาด
2. การรักษาสวนแบ่งตลาด
3. การเก็บเกี่ยวผล
4. การถอนตัว

1. การสร้างส่วนแบ่งตลาด

กลยุทธ์การสร้างส่วนแบ่งตลาดนี้นับว่าเป็นกลยุทธ์เชิงรุกอย่างหนึ่ง กิจกรรมที่มีส่วนแบ่งตลาดอยู่แล้วขนาดหนึ่งจะใช้วิธีสร้างส่วนแบ่งตลาดให้ใหญ่ขึ้นเพื่อเพิ่มอัตรากำไรให้สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น การเปิดบริการสินเชื่อบัวหลวงของธนาคารกรุงเทพ ที่ขยายการขายสินเชื่อให้กับผู้ซื้อบ้านพักอาศัยโดยการลดอัตราดอกเบี้ยเป็น prime rate เปรอ์เซ็นต์ จึงเท่ากับการลดราคา ซึ่งมีผลทำให้เกิดการขยายส่วนแบ่งตลาดโดยแย่งลูกค้าจากบริษัทการเงินต่าง ๆ ที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าได้ การลดราคาเช่นนี้มีประโยชน์เพียงแต่ช่วยในการขยายตลาดเพียงอย่างเดียว แต่ยังช่วยสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นมาใหม่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ขายตัวเองเข้าไปในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมากกว่ากลุ่มยิ่งขึ้น

2. การรักษาส่วนแบ่งตลาด

การรักษาส่วนแบ่งตลาดนั้น นับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่เจริญเติบโตเต็มที่แล้วและหลังจากที่ได้มีส่วนแบ่งตลาดขนาดใหญ่พอและที่ยึดมั่นแข็งแรง การรักษาสถานภาพเดิมที่คงไว้ จึงนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น หากผลิตภัณฑ์ใดที่มีฐานะทางตลาดมั่นคงดีแล้ว ก็มักจะมีข้อได้เปรียบจากการมีประสบการณ์มากกว่า และจะส่งผลให้ต้นทุนลดต่ำลงได้ และจะได้กำไรสูงกว่าคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่า

3. การเก็บเกี่ยวผล

ตามกลยุทธ์ที่ใช้วิธีเก็บเกี่ยวผลประโยชน์นี้จะมีจุดมุ่งหมายที่จงใจยอมให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมาจนถึงขนาดหนึ่งที่จะช่วยให้สามารถมีรายได้ในระยะสั้น และกระแสเงินสดสูงที่สุดที่ช่วยให้สามารถมีรายได้ในระยะสั้นกลยุทธ์ชนิดนี้นับว่าเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีฐานะตำแหน่งไม่ดีภายใต้ตลาด ที่หดตัว

4. การถอนตัว

ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถมีส่วนแบ่งตลาดเพียงพอที่จะใช้ดำเนินการได้ หรือมองอีกแง่หนึ่งก็คือในสภาพที่การแข่งขันได้มีอย่างมาจนทำให้ต้องมีการทุ่มเทต้นทุนจำนวนมหาศาลเพื่อจะให้ได้ตามคนอื่นทัน ดังนั้นการถอนตัวนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด

การวางแผนกลยุทธ์เกิดจากคำ 2 คำมารวมกัน คือ การวางแผน กับ กลยุทธ์ การวางแผน หมายถึง การตัดสินใจในปัจจุบันในสิ่งที่ต้องกระทำ ในอนาคตเพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนกลยุทธ์ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่สำคัญ ๆ เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เมื่อเอา 2 คำ มารวมกัน

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง การวางแผนเพื่อเอาชนะหรือความได้เปรียบคู่แข่งขึ้นมาสู่บริษัท ศาสตราจารย์ฟิลิปคอตเลอร์ ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า

การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการบริหารเพื่อการพัฒนาและธำรงรักษาไว้ให้เกิดความเหมาะสมระหว่างวัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัทกับโอกาสทางการตลาดซึ่งเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อกำหนดรูปแบบและปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ประสานสัมพันธ์กัน เพื่อให้เกิดผลกำไรและเจริญเติบโตในระดับที่น่าพอใจ

อีแวนส์ และ เบอร์แมน ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า “การวางแผนกลยุทธ์ เป็นการกำหนดโครงร่างการปฏิบัติงานว่า จะต้องดำเนินงานอะไร ทำไม่การดำเนินงานนั้นจึงมีความจำเป็นใครเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานเมื่อไร และที่ไหนที่จะต้องกระทำให้สำเร็จ และจะทำให้การดำเนินงานนั้นประสานสัมพันธ์กันอย่างไร นอกจากนี้แผนยังบอกถึงทิศทางการปฏิบัติงาน เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายภายใต้สภาพแวดล้อมที่เลือกไว้ ซึ่งเป็นตัวที่กำหนดการจัดสรรทรัพยากรและการใช้ความพยายามขององค์กร อีกด้วย”

ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นกระบวนการที่บุคคลหรือองค์กรได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับงานบางอย่างที่จะกระทำในอนาคต หลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการวางแผนและจะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้เสมอ

4. ภาพรวมการประกันภัย (news@newsplus.co.th ลงเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2554)

เวลานี้คงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าตลาด "ประกันภัย" เป็นหนึ่งในไฮไลต์ที่สำคัญกับภาคเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2554 ที่เกิดวิกฤต "มหาอุทกภัย" สร้างความเสียหายต่อภาคอุตสาหกรรมและครัวเรือนมหาศาลจริง ๆ ซึ่งประกันภัยก็เข้ามา "ชดเชย" ความเสียหายที่ให้บริการเห็นตัวอย่างเช่นนี้ น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญให้ตลาดนี้ได้รับความสนใจมากขึ้นในปี 2555 คาดประกันภัยปี 2555 โตเกิน 10%

"ประเวช อองอาจสิทธิกุล" เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย(คปภ.) กล่าวว่า ที่ผ่านมา ภาพรวมการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยจะเติบโตประมาณ 10% มาตลอด ซึ่งทำให้มองว่าปี 2555 ก็น่าจะยังอยู่ในทิศทางนี้เช่นกันเทียบเคียงกับปี 2554 ที่เจอหลายปัญหาแต่ธุรกิจก็ยังน่าจะเติบโตได้ 12-13%

ในปี 2555 เชื่อว่าประกันวินาศภัยทุกประเภทน่าจะได้รับความสนใจมากขึ้น จากประชาชนที่กำลังตื่นตัวกับปัญหาน้ำท่วมใหญ่ ประกอบกับภาครัฐก็ได้อัดเงินช่วยเหลือและฟื้นฟูเข้ามาตลอดจนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ แต่นิคมอุตสาหกรรม ก็เป็นวิธีกระตุ้นให้จีดีพีในปี 2555 น่าจะยังเติบโตได้ 4-5% "เมื่อจีดีพีขยายตัวธุรกิจเพิ่มขึ้นความต้องการในการถ่ายโอนความเสี่ยงผ่านระบบประกันภัยก็จะต้องสูงขึ้นไปด้วย

ก็ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคครัวเรือนและอุตสาหกรรมในระบบประกันภัยให้ได้ว่ามันคงแข็งแกร่งจริง ๆ"

ภายใต้แนวทางการทำงาน ในปี 2555 ประเวศย้ำว่า คปภ.จะมุ่งไปที่การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจประกันภัยตัวนำ โดยต้องสร้างความเชื่อมั่น ความเข้าถึงประกันภัยของประชาชน เพื่อสร้างเสถียรภาพให้กับบริษัทประกันภัยหลักค้ำให้สัดส่วนเบี้ยประกันภัยต่อจีดีพีขยับขึ้นไปถึง 6% ภายในปี 2557

"สุทธิ รจิตรังสรรค์"นายกสมาคมประกันชีวิตไทย ประเมินว่า ในปี 2555 ตลาดประกันชีวิตจะยังขยายตัวได้มีเบี้ยรับรวมเติบโตประมาณ 10-15%

สำหรับปัจจัยที่จะมีผลต่อการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตนั้น นายสุทธิกล่าวว่า ปัจจัยบวกที่สำคัญน่าจะอยู่ที่การฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังเหตุการณ์น้ำท่วม ทั้งภาครัฐบาลที่จะฉีดเงินเข้ามาผ่านการช่วยเหลือรูปแบบต่าง ๆ และแผนที่จะออกพันธบัตรอีกหลายแสนล้านบาทเช่นเดียวกับภาคธุรกิจที่จะเริ่มกลับมาเดินหน้าธุรกิจ จ้างแรงงาน สร้างรายได้เมื่อเศรษฐกิจเดินหน้า ประชาชนมีรายได้ ประกอบกับการตื่นตัวเรื่องความเสี่ยง ธุรกิจในการบริหารเงินและประกันชีวิตก็น่าจะได้โอกาสส่งไปด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงอันดับหนึ่งน่าจะอยู่ที่ความเชื่อมั่นในแง่การรับมือกับภัยพิบัติ หากขาดแผนบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ก็ยังกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมทั้งรวมถึงมีผลกับหลายอุตสาหกรรมโดยเฉพาะภาคการผลิตที่เสียหายหนักกับน้ำท่วมในปี 2554 มาแล้ว

ส่วนปัจจัยเสี่ยงภายนอก คงต้องโฟกัสที่วิกฤตเศรษฐกิจในยุโรปและสหรัฐ ที่อาจจะกระเทือนมาถึงไทย ผ่านภาคการส่งออก ต่อเนื่องมาถึงภาคการผลิต และภาคธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้กำลังซื้อในไทยพลอยถูกกระทบไปด้วยเช่นกัน เว้นเสียแต่ว่าจะหาตลาดใหม่ ๆ มาทดแทนได้

สำหรับแนวโน้มของภาคธุรกิจประกันชีวิตนั้น รูปแบบสินค้าคงจะไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนัก แต่ผลจากปัจจัยเรื่องน้ำท่วมก็น่าจะทำให้ลูกค้าเริ่มมองถึงการซื้อสัญญาประกันสุขภาพและประกันอุบัติเหตุแบบทำกรมธรรม์เพิ่มเข้าไปด้วย เพื่อให้ความคุ้มครองสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และยังเป็นจังหวะดีที่การเริ่มใช้ตารางมรณะไทยฉบับใหม่เมื่อกลางปี 2554 ทำให้ค่าเบี้ยจะถูกต่ำกว่าเดิมเฉลี่ย 10 - 20% อีกด้วย

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันชนะ ณ ลำปาง (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ในการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ผลการศึกษาด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทยสาขาพะเยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีสัดส่วนมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทยสาขาพะเยา พบว่า แบบประกันที่เลือกใช้มากที่สุด คือ 10EC กรุงไทยวิเศษ ในวงเงินทุนประกันไม่เกิน 200,000 บาท โดยจ่ายเบี้ยประกันต่อปีที่ 20,001 – 40,000 บาท ซึ่งส่วนมากถือครองกรมธรรม์อยู่ 1 ฉบับ มีเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ เพื่อการออมเงินมากที่สุด

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบประกัน รุ่นประกัน ค่าเบี้ยประกันต่อปี และจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง กับข้อมูลด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับค่าเบี้ยประกันต่อปี อายุ มีความสัมพันธ์กับทุนประกันและค่าเบี้ยประกันต่อปี สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับทุนประกันชีวิต อาชีพ มีความสัมพันธ์กับแบบประกัน ค่าเบี้ยประกันต่อปี และจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง ส่วนรายได้และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทั้งแบบประกัน ทุนประกัน ค่าเบี้ยประกันต่อปีและจำนวนกรมธรรม์ที่ถือครอง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคารมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ โดยให้ความสำคัญกับการมีสาขาให้บริการทั่วถึง และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าเบี้ยประกัน

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ เป็นแบบประกันที่ตรงตามความต้องการ ด้านราคา คือ อัตราค่าเบี้ยประกันคุ้มค่ากับ

ผลตอบแทนที่ได้รับ ด้านสถานที่ คือ มีสาขาให้บริการทั่วถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีบริการหลังการขายดูแลผลประโยชน์ตลอดอายุกรมธรรม์ ด้านบุคคล คือ พนักงานธนาคารมีความน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ อำนวยความสะดวก ด้านภาพลักษณ์ คือ ธนาคารกรุงไทยมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ

ชัยวัฒน์ โสมกัทรพิมพ์ (2551, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง เป็นเพศชาย มีอายุและระยะเวลาการทำงานค่อนข้างมาก ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ ความจำเป็นในการทำประกันชีวิตและการจ่ายเบี้ยประกันเป็นการออมอย่างหนึ่ง นอกจากนี้พบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตมีทัศนคติเกี่ยวกับการประกันชีวิตในด้านบวก ในขณะที่กลุ่มผู้ไม่ทำประกันชีวิตมีทัศนคติเกี่ยวกับการประกันชีวิตในด้านลบ ข้อเสนอแนะได้แก่ บริษัทประกันชีวิตควรมีการกระจายอำนาจหน้าที่ในการขายสินไหมทดแทนให้มากขึ้น และให้ความสำคัญต่อคุณภาพของตัวแทนประกันชีวิตให้มากขึ้น

ธนกฤต ภิญโญ (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของและพฤติกรรมของผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิต และเพื่อศึกษาปัญหาที่ผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตประสบ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ และมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ศึกษาประกอบไปด้วยหญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เกือบครึ่งหนึ่งของประชากรมีอาชีพค้าขาย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป และรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท ผู้เอาประกันครึ่งหนึ่งมีสถานภาพเป็นผู้นำครอบครัว สำหรับพฤติกรรมของผู้เลือกใช้บริการประกันชีวิตเกือบทั้งหมดเลือกแบบประกันที่มีอายุกรมธรรม์สั้นกว่าแบบอื่นๆ และมีผลตอบแทนเหมือนการสะสมทรัพย์ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 40 – 60 ปี มีอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประกันชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แบบประกันที่ตรงตามความต้องการของผู้เอาประกัน ด้านราคา คือ การมีเงินคืนที่สม่ำเสมอ ด้านสถานที่ คือ ธนาคารที่เป็นช่องทางในการให้บริการเจ้าหน้าที่มีความมั่นคงทางการเงิน ด้านการส่งเสริมการขาย คือ มีศูนย์ข้อมูลที่สามารถสอบถามได้

ตลอดเวลา ปัญหาที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานธนาคารไม่มีความรู้ความชำนาญในการให้คำปรึกษา แบบประกันไม่คุ้มครองค่ารักษาพยาบาล และ พนักงานตัวแทนบริษัทประกันไม่มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหามาตามลำดับ

ศุภนุช พูลเจริญ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุ รายได้ อาชีพ และการศึกษาแตกต่างกัน โดยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จำนวน 300 ราย โดยการใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า F-test (One-way ANOVA) ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้ 1) ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป 2) ลูกค้าให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยใช้ความสำคัญเป็น 3 อันดับแรก คือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านพนักงาน 3) ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญ ด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิต โดยทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงผู้ที่ทำประกันชีวิตแล้วจากบริษัทประกันชีวิตทั้ง 12 บริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ บริษัทละ 20 ราย รวมทั้งสิ้น 240 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า บริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภคเคยใช้บริการมากที่สุดคือ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด รองลงมาคือบริษัทอินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด ในปัจจุบันนิยมใช้บริการประกันชีวิตกับบริษัท

อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลเอสเชอร์สันส์ จำกัด มากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ส่วนบริษัทประกันชีวิตที่ผู้บริโภครู้จักมากที่สุดคือ บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลเอสเชอร์สันส์ จำกัด รองลงมาคือ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด รูปแบบกรรมสิทธิ์ที่ผู้บริโภคเคยใช้ส่วนใหญ่เป็นแบบชั่วระยะเวลา รองลงมาเป็นแบบตลอดชีพ ในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้กรรมสิทธิ์แบบสะสมทรัพย์ รองลงมาคือ แบบตลอดชีพ กรรมสิทธิ์ประกันชีวิตที่ผู้บริโภครู้จักมากที่สุดจะทำในอนาคตส่วนใหญ่เป็นกรรมสิทธิ์แบบตลอดชีพ รองลงมาคือ แบบสะสมทรัพย์ การจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันส่วนใหญ่จะจ่ายปีละ 1 ครั้ง รองลงมาจ่ายงวดราย 6 เดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทำกรรมสิทธิ์ 1 กรรมสิทธิ์ โดยมีวงเงิน อยู่ในช่วง 100,001 – 150,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมสิทธิ์ประกันชีวิต คือ บุตร รองลงมาคือ คู่สมรส มากกว่าบุคคลอื่น ๆ

ความคิดเห็นในการพิจารณาทำประกันชีวิต คือ เพื่อความมั่นคงต่อตัวเองและครอบครัว ความคุ้มครองและค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บไข้มากกว่าด้านอื่น ๆ ความคิดเห็นในการเลือกบริษัทที่ผู้บริโภคจะทำประกันชีวิต จะพิจารณาจากชื่อเสียงของบริษัท รองลงมาคือฐานะการเงินของกิจการมั่นคง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่คิดจะซื้อกรรมสิทธิ์ประกันชีวิตเพิ่มอีก คือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อครอบครัว รองลงมาคือเป็นการลงทุนอีกทางหนึ่งที่มีผลดีในการคุ้มครอง ความคิดเห็นด้านสาเหตุที่จะทำให้เลิกทำประกันชีวิต คือ ฐานะการเงินไม่คล่องตัว มีรายจ่ายด้านอื่นที่จำเป็นมากกว่า รองลงมาคือ คุณภาพการบริการของบริษัทไม่ดี มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบริษัทประกันชีวิต โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อย แต่ในรายละเอียดด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบริษัทประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงของกิจการ และความสะดวกต่อการติดต่อจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและปัจจัยอื่น ๆ นั้นจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะในเรื่องของขนาดของบริษัทและจำนวนตัวแทนจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวแทนประกันชีวิต โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อย แต่ในรายละเอียดด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวแทนประกันชีวิต พบว่าปัจจัยด้านความมีน้ำใจและสุภาพจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัญหาในการประกันชีวิต ในด้านบริษัทประกันชีวิตโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อยที่สุด โดยในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคมีปัญหาในระดับมากที่สุดในเรื่องการเรียกร้องค่าสินไหมยากและล่าช้า และปัญหาในระดับมากที่สุดคือ ค่าเบี้ยประกันชีวิตสูง และไม่มีบริการหลังการขายมากกว่าปัญหาอื่น

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัญหาในการประกันชีวิตในด้านตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อยที่สุด โดยในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคมีปัญหาในระดับมากที่สุดในเรื่องตัวแทนไม่มีการอธิบายหลักการสำคัญให้ลูกค้าเข้าใจ และปัญหาในระดับมากคือ ตัวแทนขาดการติดตามการให้บริการ แก่ผู้ทำประกันชีวิตมากกว่าปัญหาอื่นในระดับนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และลูกค้าที่ไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

1. กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ได้แก่ ลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ จากรายงานการสรุปยอดลูกค้าเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554 จำนวน 1,797 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 327 คนคำนวณได้จาก

$$\text{สูตร } n = \frac{1}{\frac{1}{N} + d^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของหน่วยตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย

N = ประชากรทั้งหมด

d = ระดับความมีนัย

$$\begin{aligned}\text{แทนค่าสูตร } n &= 1,797 \\ &= \frac{1}{\frac{1}{1,797} + 0.05^2} + 1 \\ &= 5.50\end{aligned}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้ดังนี้ $1,797 / 5.50 = 326.7$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้คือ 327 ซึ่งไม่ต่ำกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณจึงใช้เป็นตัวแทนประชากร

ขนาดประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 1,797 เมื่อเทียบขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 327 ตัวอย่าง จะได้กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนแต่ละอาชีพ ดังนี้

ข้าราชการ/พณ.รัฐวิสาหกิจ	จำนวน $(327 / 1,797) \times 1,175$ คน	ได้	214	คน
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	จำนวน $(327 / 1,797) \times 449$ คน	ได้	82	คน
พนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน $(327 / 1,797) \times 58$ คน	ได้	11	คน
เกษตรกร	จำนวน $(327 / 1,797) \times 35$ คน	ได้	6	คน
รับจ้าง	จำนวน $(327 / 1,797) \times 50$ คน	ได้	9	คน
อื่นๆ	จำนวน $(327 / 1,797) \times 30$ คน	ได้	5	คน

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งถือว่าเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ทุก ๆ สมาชิกมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยการจับสลากจากรายชื่อประชากรของแต่ละอาชีพให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่คำนวณได้

2. กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่ไม่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จากรายงานการสรุปยอดบัญชีลูกค้า ณ เดือนธันวาคม 2554 จำนวนทั้งสิ้น 25,080 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำราและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างเครื่องมือตามกรอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงทัศนคติของตนเอง
3. อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจดูแบบสอบถามครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้ได้เครื่องมือวัดที่สมบูรณ์

ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนดังนี้

ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น	5	คะแนน
ปัจจัยที่มีผลมาก	ให้คะแนนเป็น	4	คะแนน
ปัจจัยที่มีผลปานกลาง	ให้คะแนนเป็น	3	คะแนน
ปัจจัยที่มีผลน้อย	ให้คะแนนเป็น	2	คะแนน
ปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น	1	คะแนน

การแจกแจงความถี่ จะใช้คะแนนเฉลี่ย แบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต (Arithmetic Mean) เพื่อหาความกว้างของชั้นเพื่อใช้ในการตีความข้อมูลที่ได้จะให้สูตรเพื่อหาค่า ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{(\text{Max} - \text{Min})}{n} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น สามารถกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยได้ดังนี้

ระดับความสำคัญ	4.21 – 5.00	แสดงว่า	ปัจจัยมีผลมากที่สุด
ระดับความสำคัญ	3.41 – 4.20	แสดงว่า	ปัจจัยมีผลมาก
ระดับความสำคัญ	2.61 – 3.40	แสดงว่า	ปัจจัยมีผลปานกลาง
ระดับความสำคัญ	1.81 – 2.60	แสดงว่า	ปัจจัยมีผลน้อย
ระดับความสำคัญ	1.00 – 1.80	แสดงว่า	ปัจจัยมีผลน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยสังคมศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการนำเสนอและเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งการพิสูจน์สมมติฐาน ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากแบบสอบถาม (Checking) ที่เก็บรวบรวมได้ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ในลำดับต่อไป

2. ลงรหัสข้อมูล (Coding) โดยการนำแบบสอบถามแต่ละชุดมาลงรหัสของคำตอบแต่ละข้อเพื่อแปลงข้อมูลที่เก็บได้เป็นรหัสเพื่อเตรียมบันทึกรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์ในขั้นตอนต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีความสามารถในการวิเคราะห์ เพื่อคำนวณหา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางและกราฟ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติที่นิยมใช้กันมาก โดยเป็นการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 หากค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้

$$p = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบได้

2. ค่าเฉลี่ย (Average)

ค่าเฉลี่ย คือผลรวมของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด คำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

เมื่อ	x_i	แทนค่าสังเกตของข้อมูลลำดับที่ i
	n	แทนจำนวนตัวอย่างข้อมูล

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นค่าวัดการกระจายที่สำคัญทางสถิติ เพราะเป็นค่าที่ใช้บอกถึงการกระจายของข้อมูลได้ดีกว่าค่าพิสัย

หมายเหตุ : สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นการอธิบายถึงลักษณะทั่ว ๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ คือ ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ข้อมูลเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิต วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝาก สงเคราะห์ และเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

4. ค่าสถิติ Chi-Square เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา น้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยจำแนกตาม เพศ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ

5. ค่าสถิติ F-Test เพื่อหาความแตกต่างของอายุและรายได้ที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรธานี สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์รายการข้อมูลได้ดังนี้

กรณีลูกค้าใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 1 รายการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รายการข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงิน
สงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญ
ต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

กรณีลูกค้ายังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อบริการเงินฝากสงเคราะห์
ชีวิต

ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

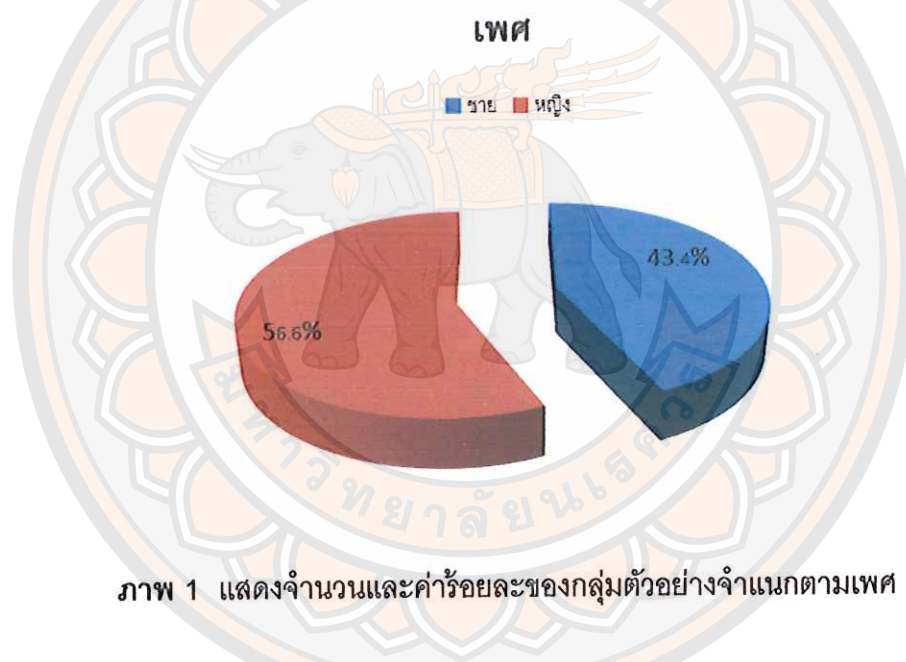
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ
χ^2	แทน	ค่าสถิติ Chi - Square
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็น

กรณีศึกษาให้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 1 รายการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	43.4
หญิง	185	56.6
รวม	327	100.00

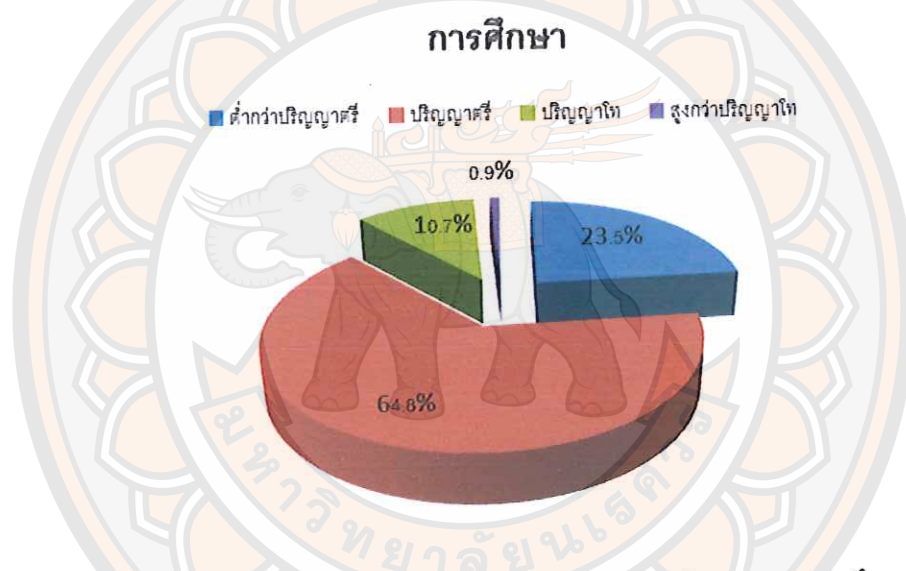


ภาพ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง 185 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 เพศชาย 142 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 และมีอายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 38 ปี ทั้งนี้มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 15,500 บาท

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	77	23.5
ปริญญาตรี	212	64.8
ปริญญาโท	35	10.7
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.9
รวม	327	100.00

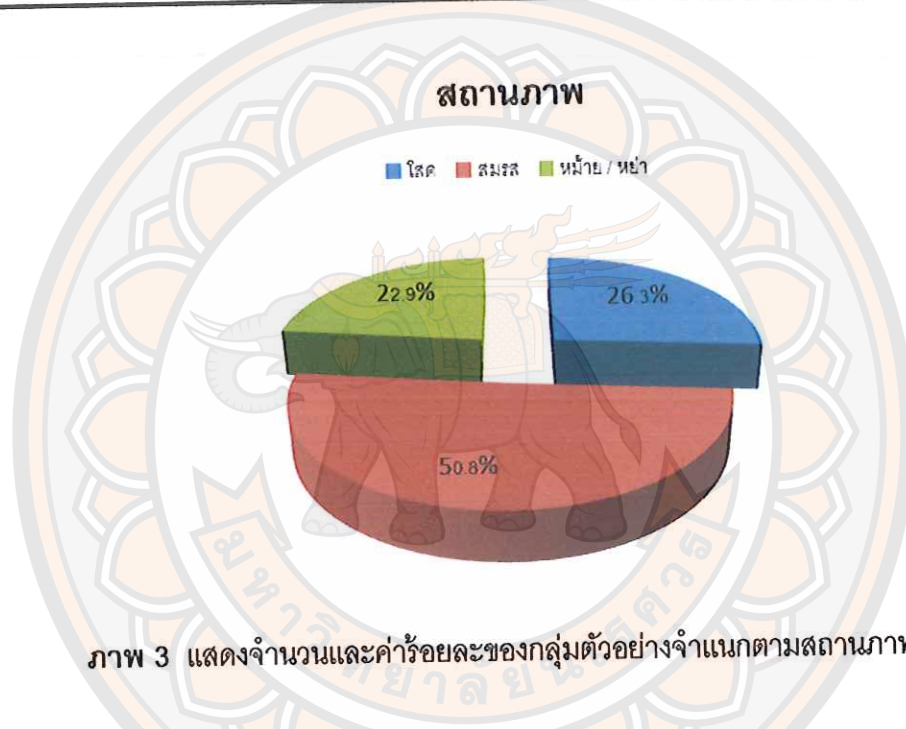


ภาพ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	86	26.3
สมรส	166	50.8
หม้าย / หย่า	75	22.9
รวม	327	100.00

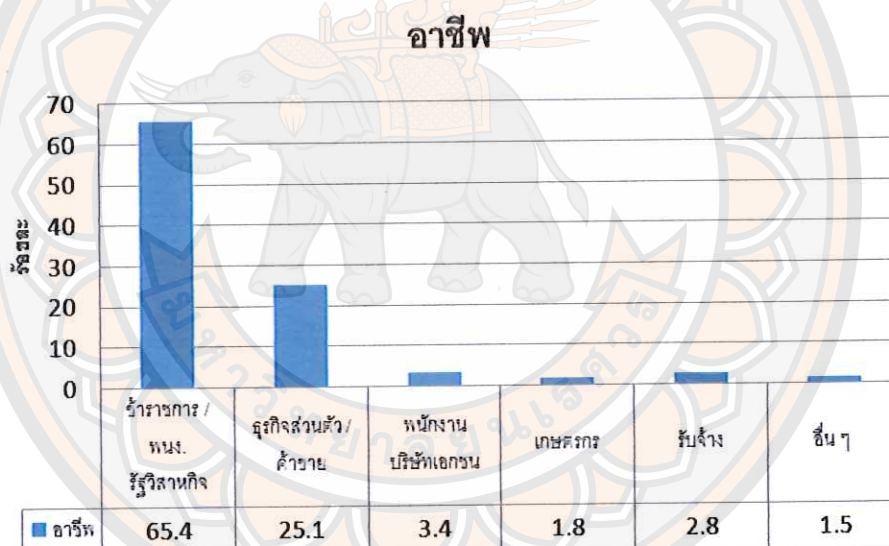


ภาพ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา มีสถานภาพหม้าย / หย่า จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 มีสถานภาพโสด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนง.รัฐวิสาหกิจ	214	65.4
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	82	25.1
พนักงานบริษัทเอกชน	11	3.4
เกษตรกร	6	1.8
รับจ้าง	9	2.8
อื่น ๆ	5	1.5
รวม	327	100.00



ภาพ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

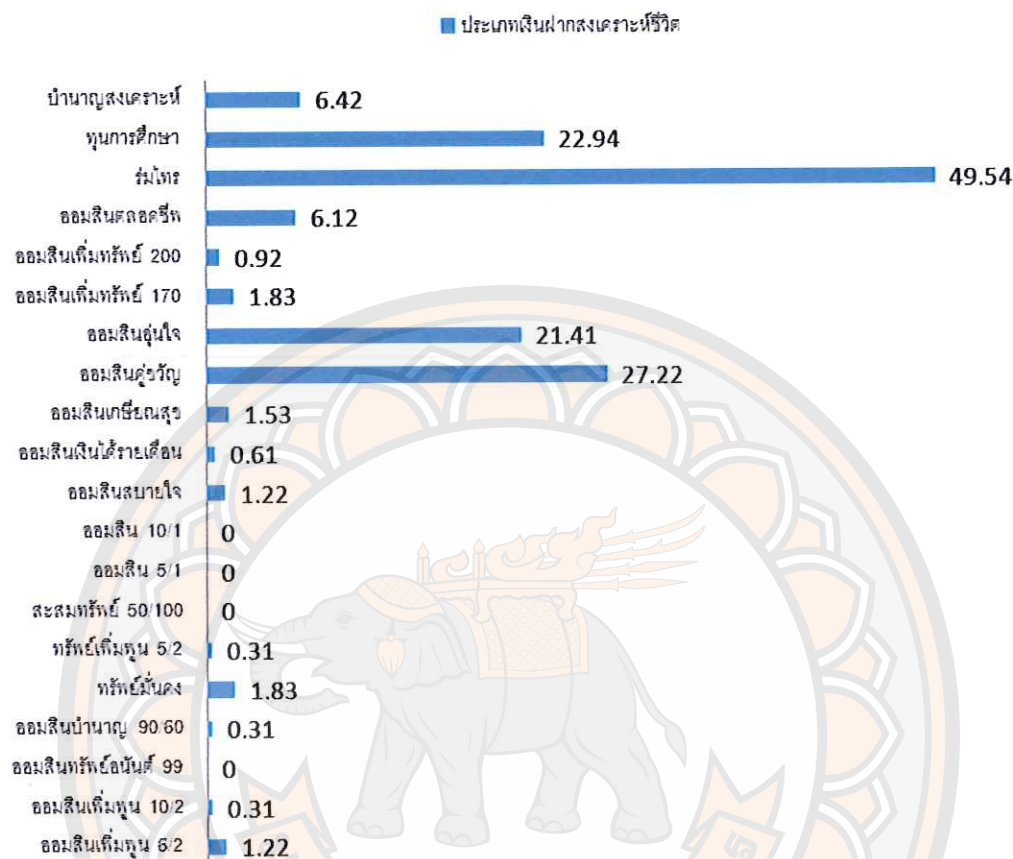
จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุอาชีพอื่น ๆ จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 2 รายการข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ออมสินเพิ่มพูน 6/2	4	1.22
ออมสินเพิ่มพูน 10/2	1	0.31
ออมสินทรัพย์อันันต์ 99	0	0
ออมสินบำนาญ 90/60	1	0.31
ทรัพย์มั่นคง	6	1.83
ทรัพย์เพิ่มพูน 5/2	1	0.31
สะสมทรัพย์ 50/10	0	0
ออมสิน 5/1	0	0
ออมสิน 10/1	0	0
ออมสินสบายใจ	4	1.22
ออมสินเงินได้รายเดือน	2	0.61
ออมสินเกษียณสุข	5	1.53
ออมสินคู่ขวัญ	89	27.22
ออมสินอุ่นใจ	70	21.41
ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170	6	1.83
ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200	3	0.92
ออมสินตลอดชีพ	20	6.12
รวมไท	162	49.54
ทุนการศึกษา	75	22.94
บำนาญสงเคราะห์	21	6.42

ประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

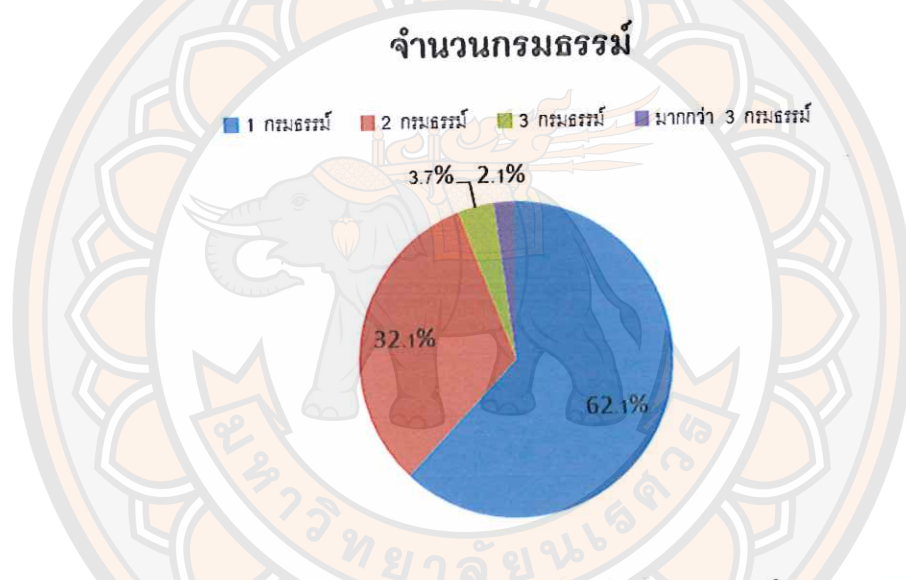


ภาพ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทร่วมไทร จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.54 รองลงมาเป็นเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทออมสินคู่ขวัญ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 27.22 ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภททุนการศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทอุ่นใจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.41 และเงินฝากประเภทบำนาญสงเคราะห์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.42

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์

จำนวนกรรมธรรม์	จำนวน	ร้อยละ
1 กรรมธรรม์	203	62.1
2 กรรมธรรม์	105	32.1
3 กรรมธรรม์	12	3.7
มากกว่า 3 กรรมธรรม์	7	2.1
รวม	327	100.0

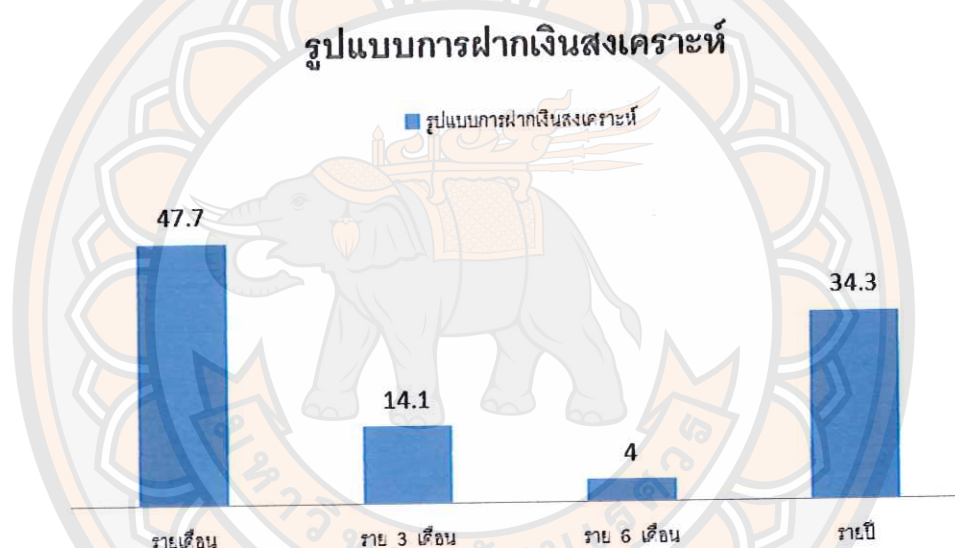


ภาพ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือครองจำนวนกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาถือครองกรรมธรรม์จำนวน 2 กรรมธรรม์ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามถือครองกรรมธรรม์ 3 กรรมธรรม์ และถือครองกรรมธรรม์มากกว่า 3 กรรมธรรม์ จำนวน 12 คน และจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และ ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการฝาก

รูปแบบการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
รายเดือน	156	47.7
ราย 3 เดือน	46	14.1
ราย 6 เดือน	13	4.0
รายปี	112	34.3
รวม	327	100.00

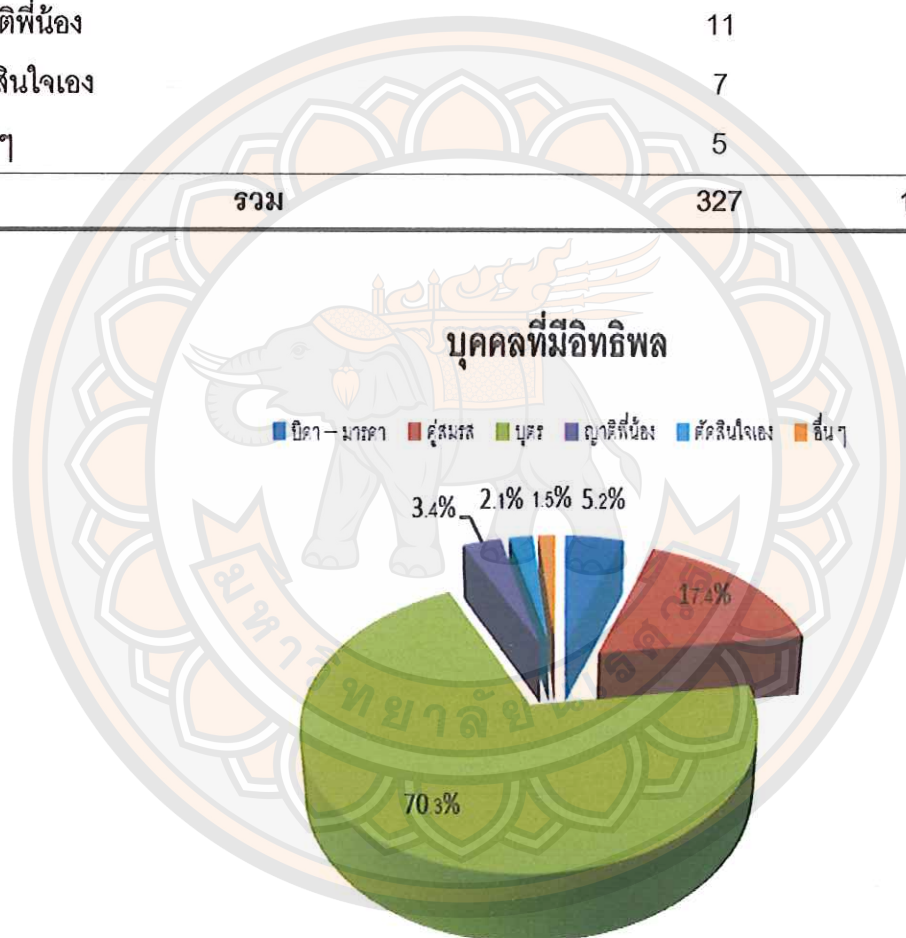


ภาพ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการฝาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตเป็นแบบรายเดือน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมามีรูปแบบการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตเป็นแบบรายปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รูปแบบการฝากเงินแบบราย 3 เดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และรูปแบบการฝากเงินแบบราย 6 เดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
บิดา – มารดา	17	5.2
คู่สมรส	57	17.4
บุตร	230	70.3
ญาติพี่น้อง	11	3.4
ตัดสินใจเอง	7	2.1
อื่นๆ	5	1.5
รวม	327	100.00



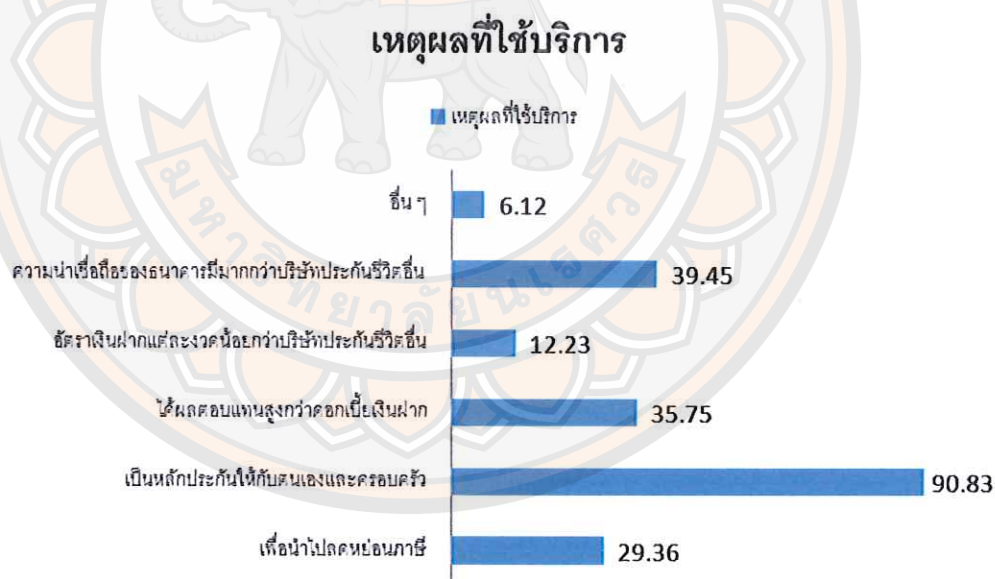
ภาพ 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตโดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคือ บุตร จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาเป็นคู่สมรส จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 สำหรับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ

บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต คือ บิดา – มารดา และญาติพี่น้อง จำนวน 17 คน และ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ 3.4 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

เหตุผลที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	96	29.36
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	297	90.83
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	117	35.75
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	40	12.23
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	129	39.45
อื่นๆ	20	6.12



ภาพ 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

จากตาราง 9 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ส่วนใหญ่คือเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว จำนวน 297 คิดเป็นร้อยละ 90.83 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น จำนวน 129 คน

คิดเป็นร้อยละ 39.45 และเหตุผลว่าได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก จำนวน 117 คิดเป็นร้อยละ 35.75

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตาราง 10 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	n = 327		ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกหลายประเภท	3.25	1.105	ปานกลาง
ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร	3.47	0.774	มาก
เงื่อนไขการคุ้มครองที่ดี	3.47	0.790	มาก
ผลตอบแทนจากกรมธรรม์	3.28	0.600	ปานกลาง
นโยบายในการดำเนินกิจการของธนาคารชัดเจน	3.34	0.682	ปานกลาง
มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม	3.32	0.664	ปานกลาง
สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ	3.42	0.721	มาก
ความมีน้ำใจและสุภาพของพนักงานธนาคาร	3.49	0.751	มาก
สิทธิประโยชน์ในการกู้เงิน / ถอนเงินตามมูลค่า	3.53	0.782	มาก
รวมเฉลี่ย	3.40	0.344	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายรายการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอยู่ 5 รายการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สิทธิประโยชน์ในการกู้เงิน / ถอนเงินตามมูลค่า ($\bar{X} = 3.53$) ความมีน้ำใจและสุภาพของพนักงานธนาคาร ($\bar{X} = 3.49$) ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และเงื่อนไขการคุ้มครองที่ดี ($\bar{X} = 3.47$) และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.42$) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางอยู่ 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ นโยบายในการดำเนินกิจการของธนาคาร

ชัดเจน ($\bar{X} = 3.34$) มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม ($\bar{X} = 3.32$) ผลตอบแทนจากกรรมธรรม ($\bar{X} = 3.28$) และเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกหลายประเภท ($\bar{X} = 3.25$)

ตาราง 11 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านราคา

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา	n = 327		ระดับความสำคัญ ในการตัดสินใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
ค่าเบี้ยประกันถูกกว่าบริษัทประกันภัยอื่น ๆ	3.41	0.708	มาก
การเวนคืนกรรมธรรม	3.45	0.732	มาก
อัตราผลตอบแทนจากกรรมธรรม	3.43	0.735	มาก
ระยะเวลาในการชำระเบี้ยมีหลายประเภท เช่น รายเดือน สามเดือน หกเดือน และรายปี	3.44	0.757	มาก
รวมเฉลี่ย	3.43	0.480	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายรายการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากทุกรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การเวนคืนกรรมธรรม ($\bar{X} = 3.45$) ระยะเวลาในการชำระเบี้ยมีหลายประเภท เช่น รายเดือน สามเดือน หกเดือน และรายปี ($\bar{X} = 3.44$) อัตราผลตอบแทนจากกรรมธรรม ($\bar{X} = 3.43$) และค่าเบี้ยประกันถูกกว่าบริษัทประกันภัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.41$)

ตาราง 12 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนก
ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่)

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	n = 327		ระดับความสำคัญ ในการตัดสินใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
สะดวกในการติดต่อเมื่อมีรายการสงสัย	3.39	0.687	ปานกลาง
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า	3.39	0.692	ปานกลาง
มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ	3.46	0.754	มาก
มีการจัดสถานที่แยกเป็นสัดส่วนของแต่ละส่วนงาน อย่างชัดเจน	3.45	0.765	มาก
ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น ใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน	3.33	0.670	ปานกลาง
มีจุดให้บริการลูกค้าให้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้ สะดวกและมองเห็นชัดเจน	3.41	0.724	มาก
รวมเฉลี่ย	3.40	0.419	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยในการเลือกใช้บริการ
เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง
($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็น รายการพบ ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการจัด
จำหน่าย (สถานที่) อยู่ในระดับมาก 3 รายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะ
รอรับบริการ ($\bar{X} = 3.46$) มีการจัดสถานที่แยกเป็นสัดส่วนของแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน ($\bar{X}$
= 3.45) และมีจุดให้บริการลูกค้าให้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและมองเห็นชัดเจน ($\bar{X}$ =
3.41) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) อยู่ในระดับปานกลาง
3 รายการ คือ สะดวกในการติดต่อเมื่อมีรายการสงสัยและที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับ
ลูกค้า ($\bar{X} = 3.39$) และ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น ใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.33$)

ตาราง 13 แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนก
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	n = 327		ระดับความสำคัญ ในการตัดสินใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
มีการแจกของสมนาคุณ	3.44	0.772	มาก
มีบริการหลังการขาย	3.49	0.783	มาก
มีการแจ้งข่าวสารเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่	3.44	0.757	มาก
ลูกค้า			
รวมเฉลี่ย	3.46	0.553	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงิน
สงเคราะห์ชีวิตจำแนกด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายรายการพบว่ามีความสำคัญทุกรายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มี
บริการหลังการขาย ($\bar{X} = 3.49$) และมีการแจกของสมนาคุณ และ มีการแจ้งข่าวสารเพื่อ
แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.44$)

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตาราง 14 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก
ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (จำนวนกรณี)

จำนวนกรณี	ชาย	หญิง
1 กรณี	88	115
2 กรณี	45	60
3 กรณี	4	8
มากกว่า 3 กรณี	5	2
รวม	142	185
$\chi^2_{(df=3)} = 2.746 \quad p = 0.432$		

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมกรรม 3 กรรมกรรม และผลจากการทดสอบพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนกรรมกรรมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 15 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)

รูปแบบการส่งเงินฝาก	ชาย	หญิง
รายเดือน	63	93
ราย 3 เดือน	29	17
ราย 6 เดือน	12	1
รายปี	38	74
รวม	142	185
$\chi^2_{(df=3)} = 24.549 \quad p = 0.000$		

จากตาราง 15 เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต พบว่า เพศชายให้ความสำคัญเกี่ยวกับรูปแบบการส่งเงินฝากแบบราย 6 เดือน ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายปี ผลการทดสอบพบว่าเพศมีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบการส่งเงินฝากที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 16 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก
ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (บุคคลที่มีอิทธิพล)

บุคคลที่มีอิทธิพล	ชาย	หญิง
บิดา – มารดา	7	10
คู่สมรส	28	29
บุตร	94	136
ญาติพี่น้อง	10	1
ตนเอง	2	5
อื่นๆ	1	4
รวม	142	185
$\chi^2_{(df=5)} = 13.240 \quad p = 0.021$		

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคือบุตรเหมือนกัน รองลงมาให้ความสำคัญกับคู่สมรส ผลการทดสอบพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 17 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก
ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามเพศ (เหตุผล)

เหตุผล	ชาย	หญิง
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	13	25
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	6	14
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	80	32
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	43	114
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	0	0
รวม	142	185
$\chi^2_{(df=3)} = 54.965 \quad p = 0.000$		

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเหตุผลในการได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น ผลการทดสอบพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
จำนวนกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ฯ	ระหว่างกลุ่ม	2.162	10	0.216	0.471	0.908
	ภายในกลุ่ม	145.031	316	0.459		
รูปแบบการส่งเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	23.503	10	2.350	1.295	0.232
	ภายในกลุ่ม	573.433	316	1.815		
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.532	10	0.153	0.243	0.992
	ภายในกลุ่ม	199.514	316	0.631		
เหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากฯ	ระหว่างกลุ่ม	6.114	10	0.611	0.620	0.796
	ภายในกลุ่ม	311.506	316	0.986		

* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีรายได้แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
จำนวนกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ฯ	ระหว่างกลุ่ม	3.512	11	0.319	0.700	0.739
	ภายในกลุ่ม	143.681	315	0.456		
รูปแบบการส่งเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	13.188	11	1.199	0.647	0.788
	ภายในกลุ่ม	583.748	315	1.853		
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.014	11	0.547	0.883	0.557
	ภายในกลุ่ม	195.032	315	0.619		
เหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากฯ	ระหว่างกลุ่ม	12.153	11	1.105	1.139	0.330
	ภายในกลุ่ม	305.468	315	0.970		

* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 20 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (จำนวนกรมธรรม์)

ที่	จำนวนกรมธรรม์	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
1	1 กรมธรรม์	53	101	49
2	2 กรมธรรม์	32	51	22
3	3 กรมธรรม์	1	8	3
4	มากกว่า 3 กรมธรรม์	0	6	1
	รวม	86	166	75

$$\chi^2 (df = 9) = 12.191 \quad p = 0.203$$

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านจำนวนกรมธรรม์ที่ 1 กรมธรรม์ ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านจำนวนกรมธรรม์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)

ที่	รูปแบบการส่งเงินฝาก	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
1	รายเดือน	47	64	45
2	ราย 3 เดือน	7	26	13
3	ราย 6 เดือน	7	5	1
4	รายปี	25	71	16
	รวม	68	166	75
χ^2 (df = 9) = 28.116 p = 0.001				

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านรูปแบบการส่งเงินฝาก ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านรูปแบบการส่งเงินฝากที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 22 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ (บุคคลที่มีอิทธิพล)

ที่	บุคคลที่มีอิทธิพล	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
1	บิดา – มารดา	3	12	2
2	คู่สมรส	14	29	14
3	บุตร	64	110	56
4	ญาติพี่น้อง	4	5	2
5	ตนเอง	1	5	1
6	อื่นๆ	0	5	0
รวม		86	166	75
χ^2 (df = 15) = 14.827 p = 0.464				

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคือบุตร ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 23 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามสถานภาพ(เหตุผลที่เลือกใช้บริการ)

ที่	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
1	เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	25	7	6
2	เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	0	9	11
3	ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	27	62	23
4	อัตราเงินฝากแต่จะงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	34	88	35
5	ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	0	0	0
6	อื่น ๆ	0	0	0
รวม		86	166	75
χ^2 (df = 9) = 55.021 p = 0.000				

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และให้ความสำคัญต่อเหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเกี่ยวกับอัตราเงินฝากแต่จะงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อเหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 24 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (จำนวนกรรมธรรม์)

ที่	จำนวน กรรมธรรม์	อาชีพ					
		ข้าราชการ / พนง. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ
1	1 กรรมธรรม์	128	49	9	5	7	5
2	2 กรรมธรรม์	71	29	2	1	2	0
3	3 กรรมธรรม์	12	0	0	0	0	0
4	มากกว่า 3 กรรมธรรม์	3	4	0	0	0	0
รวม		214	82	11	6	9	5
χ^2 (df=15) = 16.643 p = 0.341							

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ รองลงมามี 2 กรรมธรรม์ แสดงให้เห็นว่าข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญจำนวนกรรมธรรม์ ผลการทดสอบพบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนกรรมธรรม์ในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 25 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (รูปแบบการส่งเงินฝาก)

ที่	รูปแบบการส่งเงินฝาก	อาชีพ				
		ข้าราชการ / พนง. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง
1	รายเดือน	89	47	10	3	3
2	ราย 3 เดือน	45	1	0	0	0
3	ราย 6 เดือน	12	1	0	0	0
4	รายปี	68	33	1	3	6
รวม		214	82	11	6	9
χ^2 (df=15) = 41.413 p = 0.000						

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบชีพอิสระ/ค้าขาย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน และรองลงมาแบบรายปีเช่นเดียวกัน ผลการทดสอบพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบการส่งเงินฝากในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 26 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ
เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (บุคคลที่มีอิทธิพล)

ที่	บุคคลที่มี อิทธิพล	อาชีพ					
		ข้าราชการ / พนง. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่น ๆ
1	บิดา - มารดา	10	7	0	0	0	0
2	คู่สมรส	57	0	0	0	0	0
3	บุตร	129	74	10	6	8	3
4	ญาติพี่น้อง	6	1	1	0	1	2
5	ตนเอง	7	0	0	0	0	0
6	อื่น ๆ	5	0	0	0	0	0
รวม		214	82	11	6	9	5
χ^2 (df = 25) = 73.694 p = 0.000							

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพเห็นว่าบุตรมีอิทธิพลในการเลือกใช้
บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมาเป็นคู่สมรส ผลการทดสอบพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์
กับบุคคลที่มีอิทธิพลรูปแบบการส่งเงินฝากในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพล
ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 27 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามอาชีพ (เหตุผลที่ใช้บริการ)

ที่	เหตุผลที่ใช้บริการ	อาชีพ					
		ข้าราชการ / พณ. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่น ๆ
1	เพื่อนำไป ลดหย่อนภาษี	19	19	0	0	0	0
2	เป็นหลักประกัน ให้กับตนเอง และครอบครัว	20	0	0	0	0	0
3	ได้ผลตอบแทน สูงกว่าดอกเบี้ย เงินฝาก	72	28	5	2	3	2
4	อัตราเงินฝาก แต่ละงวดน้อยกว่าบริษัท ประกันชีวิตอื่น	103	35	6	4	6	3
5	ความน่าเชื่อถือ ของธนาคารมี มากกว่าบริษัท ประกันชีวิตอื่น	0	0	0	0	0	0
6	อื่น ๆ	0	0	0	0	0	0
รวม		214	82	11	6	9	5
χ^2 (df=15) = 27.260 p = 0.027							

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพเห็นว่าอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมาคือได้

ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ผลการทดสอบพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 28 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (จำนวนกรมธรรม์)

ที่	จำนวนกรมธรรม์	การศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
1	1 กรมธรรม์	49	122	29	3
2	2 กรมธรรม์	24	75	6	0
3	3 กรมธรรม์	4	8	0	0
4	มากกว่า 3 กรมธรรม์	0	7	0	0
	รวม	77	212	35	3
χ^2 (df = 9) = 13.677 p = 0.134					

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับส่วนใหญ่มีกรมธรรม์ 1 กรมธรรม์ รองลงมามีจำนวนกรมธรรม์ 2 กรมธรรม์ ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนกรมธรรม์ในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 29 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก
ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (รูปแบบการส่งเงินฝาก)

ที่	รูปแบบการส่งเงินฝาก	การศึกษา			
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท
1	รายเดือน	42	98	15	1
2	ราย 3 เดือน	11	32	1	2
3	ราย 6 เดือน	1	12	0	0
4	รายปี	23	70	19	0
	รวม	77	212	35	3
χ^2 (df=9) = 20.410 p = 0.016					

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน รองลงแบบรายปี ราย 3 เดือน และราย 6 เดือน ตามลำดับ ผลการทดสอบพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับรูปแบบการส่งเงินฝากในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 30 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (บุคคลที่มีอิทธิพล)

ที่	บุคคลที่มีอิทธิพล	การศึกษา			
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท
1	บิดา - มารดา	0	17	0	0
2	คู่สมรส	14	39	4	0
3	บุตร	57	142	28	3
4	ญาติพี่น้อง	3	5	3	0
5	ตนเอง	3	4	0	0
6	อื่นๆ	0	5	0	0
	รวม	77	212	35	3
χ^2 (df=15) = 20.257 p = 0.162					

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาเห็นว่าบุตรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมาเป็นคู่สมรส ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 31 เปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก
ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตจำแนกตามการศึกษา (เหตุผลที่ใช้บริการเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิต)

ที่	เหตุผลที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ ชีวิต	การศึกษา			
		ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญา โท
1	เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	14	21	3	0
2	เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	1	19	0	0
3	ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	22	77	12	1
4	อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัท ประกันชีวิตอื่น	40	95	20	2
5	ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่า บริษัทประกันชีวิตอื่น	0	0	0	0
6	อื่นๆ	0	0	0	0
	รวม	77	212	35	3
χ^2 (df = 9) = 14.588 p = 0.103					

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาเห็นว่าอัตราเงินฝาก
แต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
รองลงมาคือได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ผลการทดสอบพบว่าการศึกษาไม่มี
ความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่
0.05

ตาราง 32 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ)

การตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ		
	χ^2	<i>p</i>	Cramer's V
จำนวนกรมธรรม์	47.897	0.799	0.221
รูปแบบการส่งเงินฝาก	49.603	0.746	0.225
บุคคลที่มีอิทธิพล	89.035	0.653	0.233
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	33.207	0.995	0.184
* $p < 0.05$			

จากตาราง 32 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 33 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านราคา)

การตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต	ด้านราคา		
	χ^2	<i>p</i>	Cramer's V
จำนวนกรมธรรม์	20.927	0.790	0.146
รูปแบบการส่งเงินฝาก	29.957	0.316	0.175
บุคคลที่มีอิทธิพล	44.520	0.492	0.165
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	44.934	0.017	0.214
* $p < 0.05$			

จากตาราง 33 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 34 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่))

การตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต	ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่)		
	χ^2	p	Cramer's V
จำนวนกรรมกรรม	19.073	1.000	0.139
รูปแบบการส่งเงินฝาก	38.833	0.729	0.199
บุคคลที่มีอิทธิพล	49.753	0.989	0.174
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	43.718	0.526	0.211
* $p < 0.05$			

จากตาราง 34 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 35 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต (ด้านการส่งเสริมการตลาด)

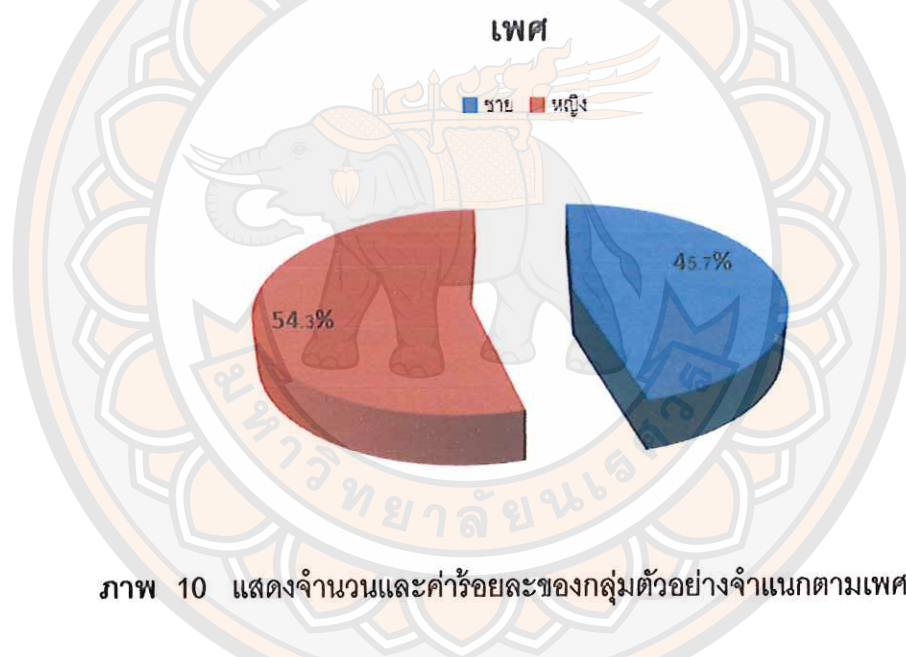
การตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต	ด้านการส่งเสริมการตลาด		
	χ^2	p	Cramer's V
จำนวนกรรมกรรม	21.970	0.739	0.150
รูปแบบการส่งเงินฝาก	32.132	0.227	0.181
บุคคลที่มีอิทธิพล	46.122	0.426	0.168
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	28.705	0.375	0.171
* $p < 0.05$			

จากตาราง 35 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต อย่างมีนัยสำคัญ

กรณีลูกค้ายังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตาราง 36 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	180	45.7
หญิง	214	54.3
รวม	394	100.0

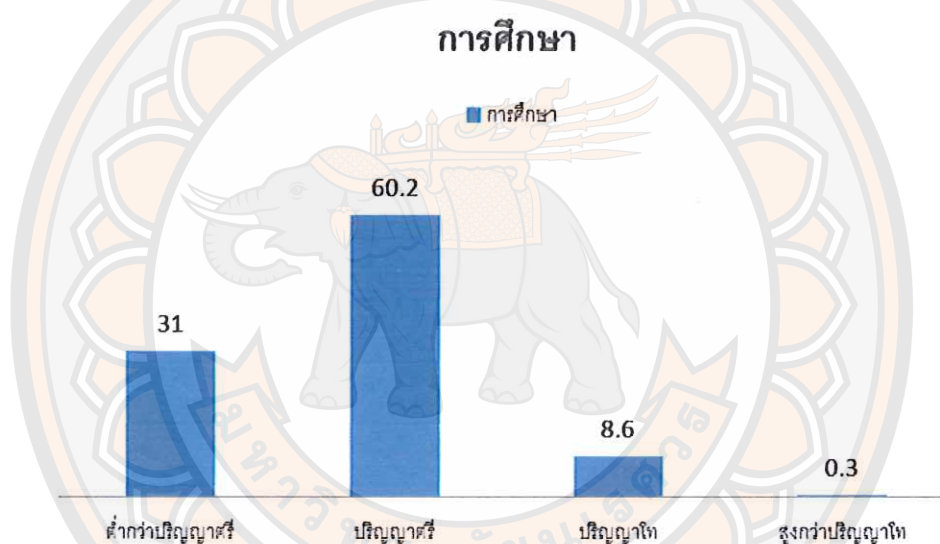


ภาพ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 เพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7

ตาราง 37 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	122	31.0
ปริญญาตรี	237	60.2
ปริญญาโท	34	8.6
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.3
รวม	394	100.0

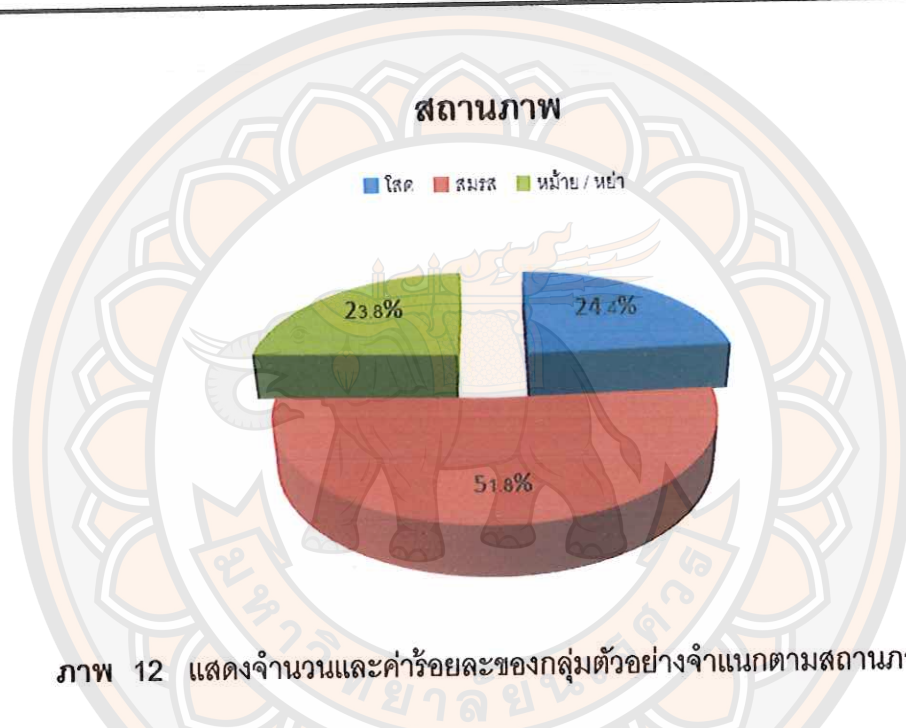


ภาพ 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมา มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ระดับปริญญาโท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 38 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	94	23.8
สมรส	204	51.8
หม้าย / หย่า	96	24.4
รวม	394	100.0

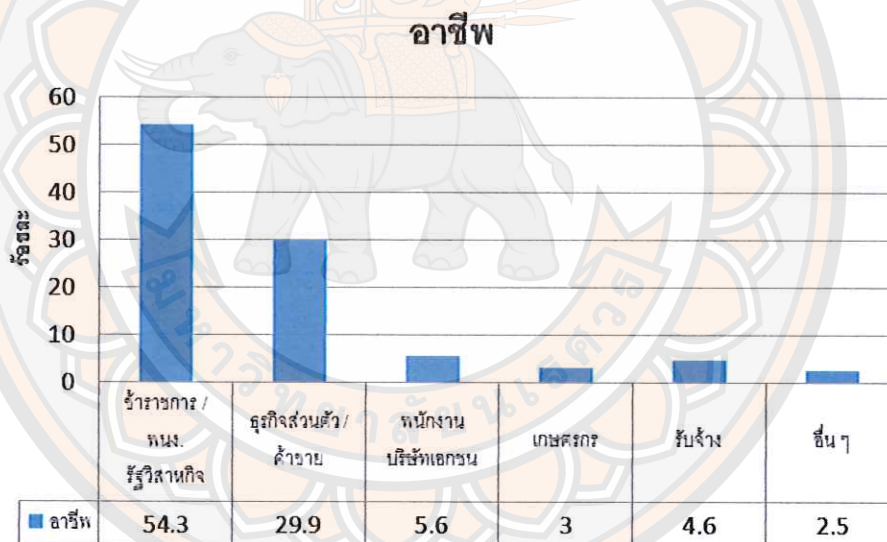


ภาพ 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

ตาราง 38 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีสถานภาพสมรส จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 สถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 สถานภาพโสด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ตามลำดับ

ตาราง 39 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนง.รัฐวิสาหกิจ	214	54.3
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	118	29.9
พนักงานบริษัทเอกชน	22	5.6
เกษตรกร	12	3.0
รับจ้าง	18	4.6
อื่น ๆ	10	2.5
รวม	394	100.0



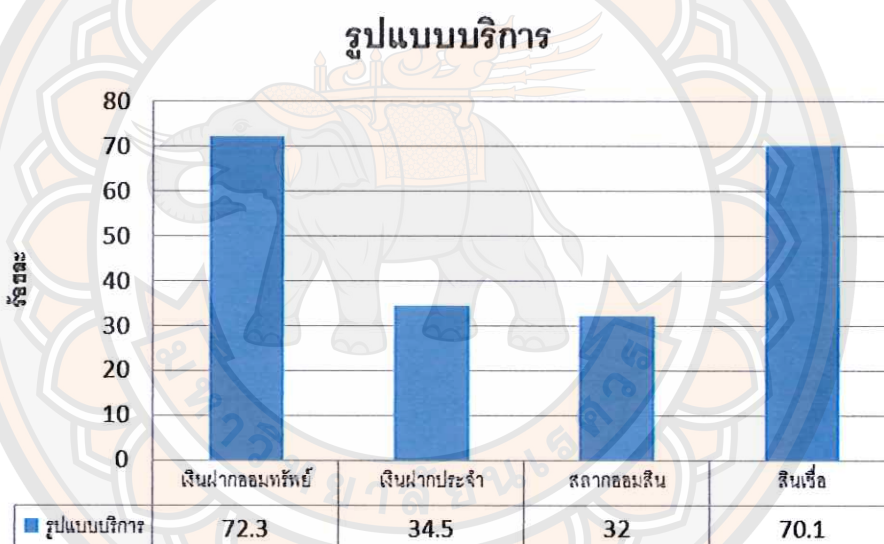
ภาพ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาประกอบอาชีพส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 อาชีพรับจ้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 อาชีพเกษตรกร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตาราง 40 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกบริการที่ใช้ของธนาคาร

รูปแบบบริการ	จำนวน	ร้อยละ
เงินฝากออมทรัพย์	285	72.3
เงินฝากประจำ	136	34.5
สลากออมสิน	126	32.0
สินเชื่อ	276	70.1

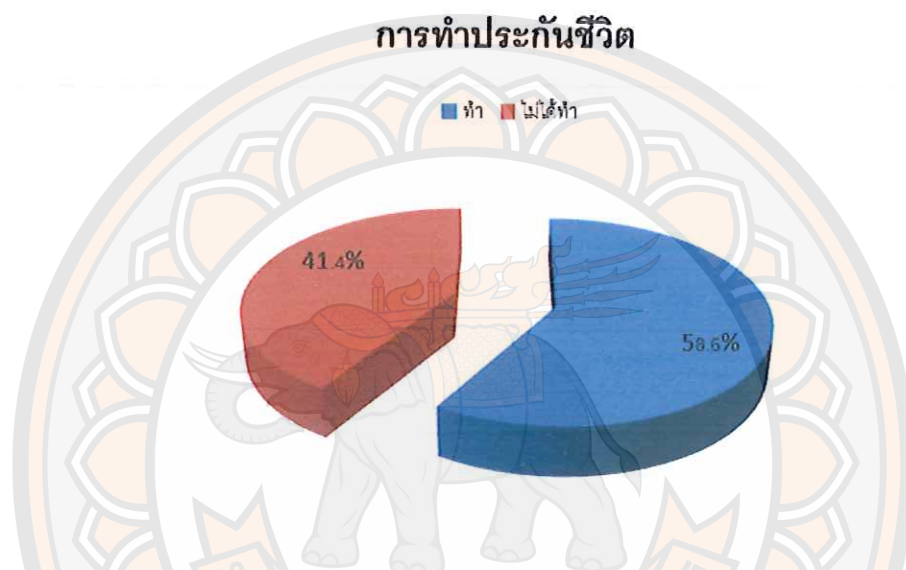


ภาพ 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกบริการที่ใช้ของธนาคาร

จากตาราง 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตส่วนใหญ่ใช้บริการประเภทเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาใช้บริการประเภทสินเชื่อ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 บริการเงินฝากประจำ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และประเภทสลากออมสิน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตาราง 41 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำประกันชีวิต

การทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ทำ	231	58.6
ไม่ได้ทำ	163	41.4
รวม	394	100.0



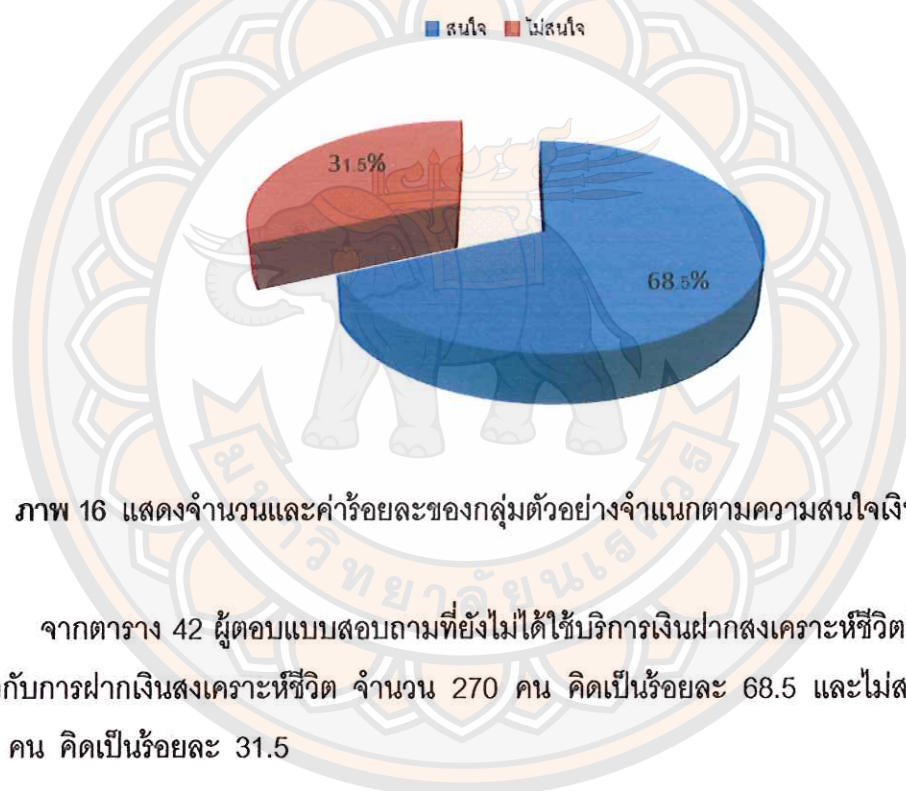
ภาพ 15 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำประกันชีวิต

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตได้ทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 ทั้งนี้บริษัทส่วนใหญ่ที่ทำ คือบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ บริษัทกรุงศรีอยุธยาประกันภัย

ตาราง 42 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิต

ความสนใจเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	270	68.5
ไม่สนใจ	124	31.5
รวม	394	100.0

ความสนใจเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

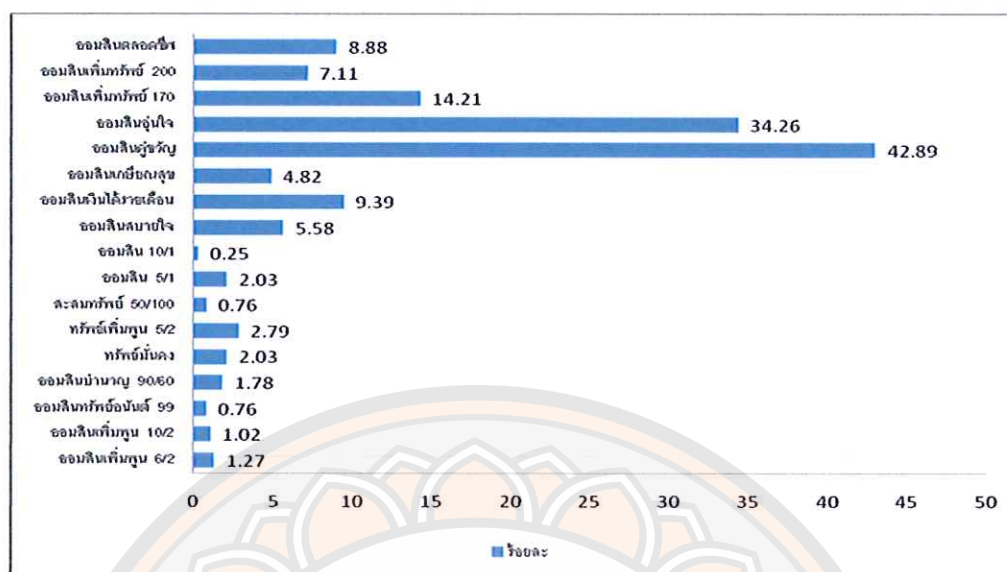


ภาพ 16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจเงินฝากฯ

จากตาราง 42 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีความสนใจเกี่ยวกับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 และไม่สนใจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตาราง 43 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิต

ประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ออมสินเพิ่มพูน 6/2	5	1.27
ออมสินเพิ่มพูน 10/2	4	1.02
ออมสินทรัพย์อันันต์ 99	3	0.76
ออมสินบำนาญ 90/60	7	1.78
ทรัพย์มั่นคง	8	2.03
ทรัพย์เพิ่มพูน 5/2	11	2.79
สะสมทรัพย์ 50/10	3	0.76
ออมสิน 5/1	8	2.03
ออมสิน 10/1	1	0.25
ออมสินสบายใจ	22	5.58
ออมสินเงินได้รายเดือน	37	9.39
ออมสินเกษียณสุข	19	4.82
ออมสินคู่ขวัญ	169	42.89
ออมสินอุ่นใจ	135	34.26
ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170	56	14.21
ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200	28	7.11
ออมสินตลอดชีพ	35	8.88



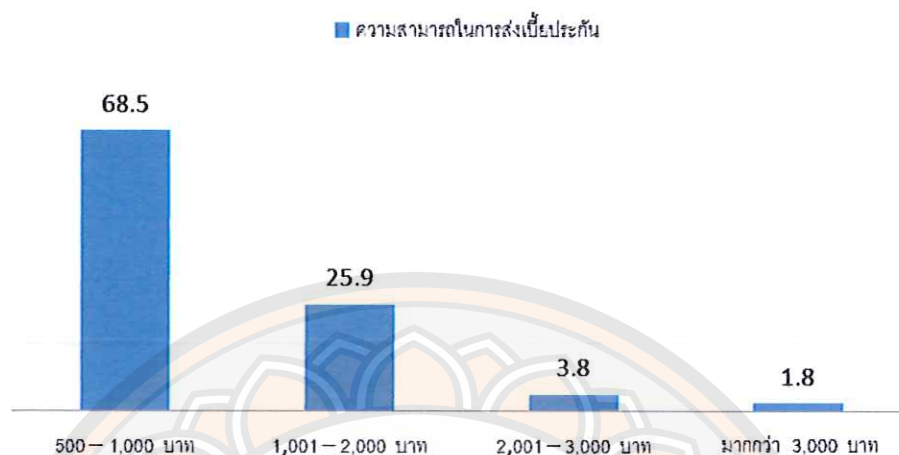
ภาพ 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

จากตาราง 43 พบว่า รูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเรียง 5 ลำดับแรกดังนี้ ออมสินคู่ขวัญ (ร้อยละ 42.89) ออมสินอุ่นใจ (ร้อยละ 34.26) ออมสินทรัพย์ 170 (ร้อยละ 14.21) ออมสินเงินได้รายเดือน (ร้อยละ 9.39) และออมสินตลอดชีพ (ร้อยละ 8.88) ตามลำดับ

ตาราง 44 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือน

ความสามารถในการส่งเบี้ยประกัน	จำนวน	ร้อยละ
500 – 1,000 บาท	270	68.5
1,001 – 2,000 บาท	102	25.9
2,001 – 3,000 บาท	15	3.8
มากกว่า 3,000 บาท	7	1.8
รวม	394	100.0

ความสามารถในการส่งเบี้ยประกัน



ภาพ 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการส่งเบี้ย

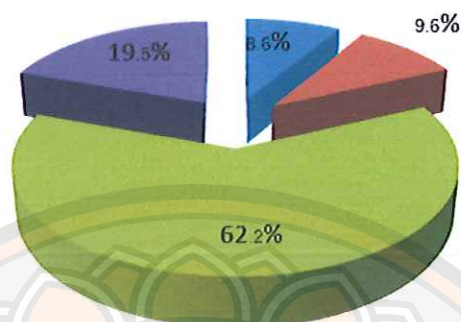
จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้ความสนใจในเรื่องความสามารถในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือนอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาอยู่ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ความสามารถในการส่งเบี้ยประกันระหว่าง 2,001 – 3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และความสามารถในการส่งเบี้ยประกันมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตาราง 45 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาคุ้มครอง

ระยะเวลาคุ้มครอง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	34	8.6
5 – 10 ปี	38	9.6
10 – 15 ปี	245	62.2
16 – 20 ปีขึ้นไป	77	19.5
รวม	394	100.0

ระยะเวลาคุ้มครอง

■ 1-5 ปี ■ 5-10 ปี ■ 10-15 ปี ■ 16-20 ปีขึ้นไป

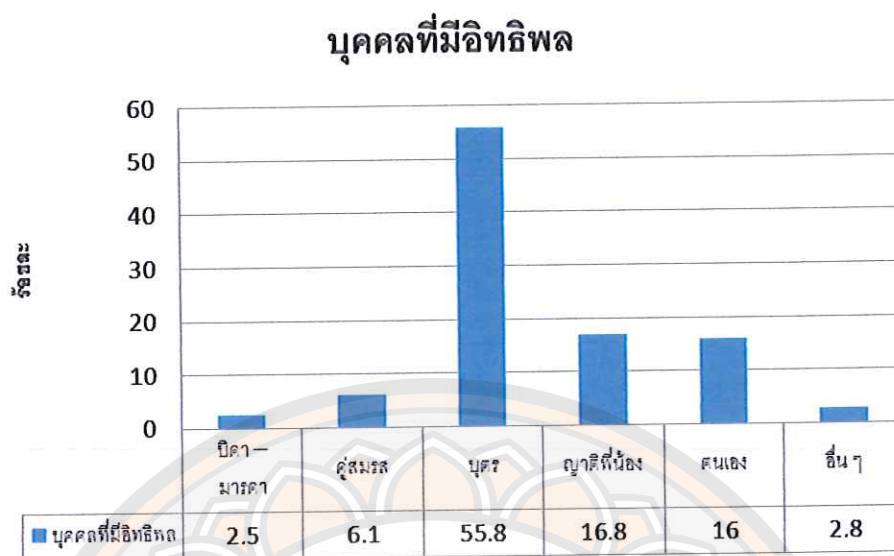


ภาพ 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาคุ้มครอง

จากตาราง 45 พบว่า ระยะเวลาคุ้มครองที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้ความสนใจคือระยะเวลาคุ้มครอง 10 – 15 ปี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาระยะเวลาคุ้มครอง 16 – 20 ปีขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ระยะเวลาคุ้มครอง 5 – 10 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และระยะเวลาคุ้มครอง 1 – 5 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ตาราง 46 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
บิดา – มารดา	10	2.5
คู่สมรส	24	6.1
บุตร	220	55.8
ญาติพี่น้อง	66	16.8
ตนเอง	63	16.0
อื่น ๆ	11	2.8
รวม	394	100.0

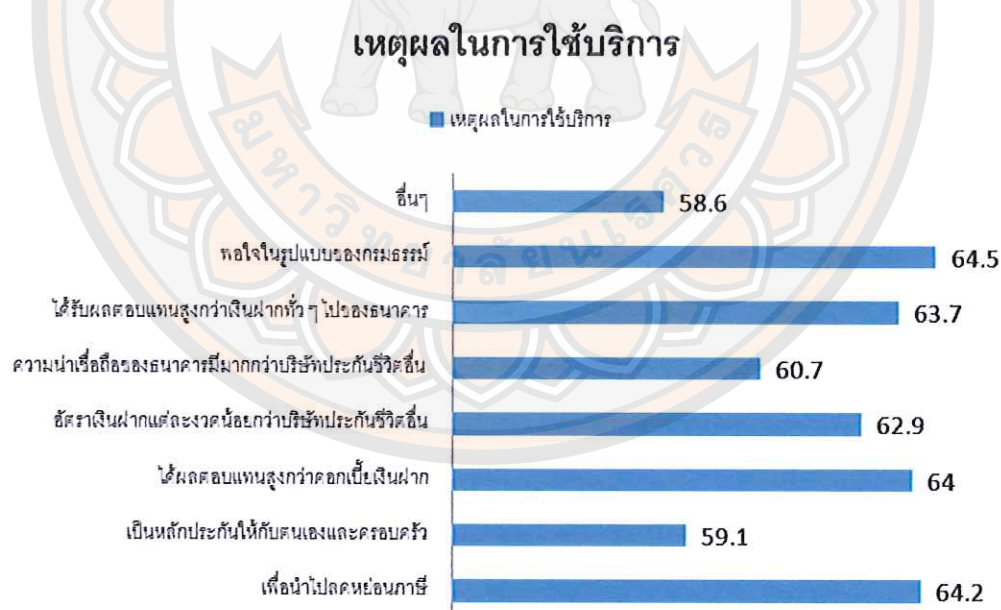


ภาพ 20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เห็นว่าบุตรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาเห็นว่าเป็นญาติพี่น้อง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และเห็นว่าเป็นตนเอง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตาราง 47 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

เหตุผลในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	253	64.2
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	233	59.1
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	252	64.0
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	248	62.9
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	239	60.7
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	251	63.7
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	254	64.5
อื่นๆ	231	58.6



ภาพ 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

จากตาราง 47 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตจะเลือกใช้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเรียงตามลำดับดังนี้ พพอใจในรูปแบบกรมธรรม์ (ร้อยละ 64.5) เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี (ร้อยละ 64.2) ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก (ร้อยละ

64.0) ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร (ร้อยละ 63.7) และเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว (ร้อยละ 59.1)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตาราง 48 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (เพศ)

ด้านบริการที่ใช้ในปัจจุบัน	ชาย	หญิง	χ^2	p
เงินฝากออมทรัพย์	128	157	0.248	0.618
เงินฝากประจำ	57	59	1.192	0.275
สลากออมสิน	58	68	0.009	0.925
สินเชื่อ	120	156	1.809	0.179

จากตาราง 48 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นบริการเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมสิน และสินเชื่อ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 49 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำประกันชีวิต (เพศ)

การทำประกันชีวิต	ชาย	หญิง
ทำ	110	121
ไม่ได้ทำ	70	93
รวม	180	214
$\chi^2_{(df=1)} = 0.841 \quad p = 0.359$		

จากตาราง 49 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการทำประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 50 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจ
ในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (เพศ)

ความสนใจใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต	ชาย	หญิง
สนใจ	125	145
ไม่สนใจ	55	69
รวม	180	214

χ^2 (df = 1) = 0.129 p = 0.719

จากตาราง 50 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 51 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (เพศ)

ความสามารถส่งเบี้ยประกัน	ชาย	หญิง
500 – 1,000 บาท	123	147
1,001 – 2,000 บาท	43	59
2,001 – 3,000 บาท	8	7
มากกว่า 3,000 บาท	6	1
รวม	180	214

χ^2 (df = 3) = 5.387 p = 0.146

จากตาราง 51 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งเบี้ยประกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 52 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา
คุ้มครองของกรมธรรม์ (เพศ)

ระยะเวลาความคุ้มครองของกรมธรรม์	ชาย	หญิง
1 – 5 ปี	15	19
5 – 10 ปี	18	20
10 – 15 ปี	112	133
16 – 20 ปีขึ้นไป	35	42
รวม	180	214
χ^2 (df = 3) = 0.079 p = 0.994		

จากตาราง 52 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาความคุ้มครองของกรมธรรม์
ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 53 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีสิทธิพล
ต่อการตัดสินใจ (เพศ)

ผู้มีสิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ชาย	หญิง
บิดา – มารดา	6	4
คู่สมรส	10	14
บุตร	106	114
ญาติพี่น้อง	30	36
ตนเอง	24	39
อื่น ๆ	24	7
รวม	180	214
χ^2 (df = 5) = 3.384 p = 0.641		

จากตาราง 53 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีสิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 54 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (เพศ)

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	ชาย	หญิง	χ^2	<i>p</i>
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	121	132	1.306	0.253
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	113	120	1.818	0.178
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	115	137	0.001	0.979
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	114	134	0.022	0.883
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	110	129	0.028	0.866
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไป	119	132	0.829	0.362
ของธนาคาร				
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	118	136	0.171	0.679
อื่น ๆ	107	124	0.091	0.763

จากตาราง 54 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทุกประเด็น ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 55 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุแตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ด้านบริการเงินฝากออมทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	1.803	11	0.164	0.813	0.627
	ภายในกลุ่ม	77.042	382	0.202		
ด้านบริการเงินฝากประจำ	ระหว่างกลุ่ม	1.484	11	0.135	0.589	0.838
	ภายในกลุ่ม	87.572	382	0.229		
ด้านบริการสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	2.912	11	0.265	1.221	0.271
	ภายในกลุ่ม	82.794	382	0.217		
ด้านบริการสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	2.628	11	0.239	1.140	0.328
	ภายในกลุ่ม	80.032	382	0.210		
การทำประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3.014	11	0.274	1.131	0.335
	ภายในกลุ่ม	92.552	382	0.242		
ความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	2.309	11	0.210	0.970	0.473
	ภายในกลุ่ม	82.666	382	0.216		
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน	ระหว่างกลุ่ม	22.843	11	2.077	5.557	0.000
	ภายในกลุ่ม	142.743	382	0.374		
ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์	ระหว่างกลุ่ม	6.107	11	0.555	0.874	0.566
	ภายในกลุ่ม	242.758	382	0.635		
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	10.574	11	0.961	0.948	0.494
	ภายในกลุ่ม	387.277	382	1.014		
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	ระหว่างกลุ่ม	1.631	11	0.148	0.637	0.797
	ภายในกลุ่ม	88.909	382	0.233		
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	4.150	11	0.377	1.583	0.101
	ภายในกลุ่ม	91.060	382	0.238		
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	5.664	11	0.515	2.310	0.009
	ภายในกลุ่ม	85.159	382	0.223		
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	ระหว่างกลุ่ม	4.980	11	0.453	1.990	0.028
	ภายในกลุ่ม	86.919	382	0.228		
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	ระหว่างกลุ่ม	2.617	11	0.238	0.994	0.451
	ภายในกลุ่ม	91.405	382	0.239		

ตาราง 55 (ต่อ) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีอายุแตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	2.165	11	0.197	0.845	0.595
	ภายในกลุ่ม	88.934	382	0.233		
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	ระหว่างกลุ่ม	5.185	11	0.471	2.117	0.018
	ภายในกลุ่ม	85.068	382	0.223		
อื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	5.567	11	0.506	2.147	0.017
	ภายในกลุ่ม	89.827	381	0.236		

* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตด้านความสามารถในการส่งเบี้ย ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราเงินฝากแต่จะลดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่นพอใจในรูปแบบของกรมธรรม์ และอื่น ๆ แตกต่างกัน

ตาราง 56 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีรายได้แตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ด้านบริการเงินฝากออมทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	3.691	13	0.284	1.436	0.140
	ภายในกลุ่ม	75.154	380	0.198		
ด้านบริการเงินฝากประจำ	ระหว่างกลุ่ม	3.804	13	0.293	1.304	0.207
	ภายในกลุ่ม	85.251	380	0.224		
ด้านบริการสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	1.900	13	0.146	0.663	0.800
	ภายในกลุ่ม	83.806	380	0.221		
ด้านบริการสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	1.534	13	0.118	0.553	0.890
	ภายในกลุ่ม	81.126	380	0.213		
การทำประกันชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	0.963	13	0.074	0.297	0.992
	ภายในกลุ่ม	94.603	380	0.249		
ความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	1.356	13	0.104	0.474	0.939
	ภายในกลุ่ม	83.619	380	0.220		
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน	ระหว่างกลุ่ม	8.746	13	0.673	1.630	0.075
	ภายในกลุ่ม	156.840	380	0.413		
ระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์	ระหว่างกลุ่ม	4.927	13	0.379	0.590	0.862
	ภายในกลุ่ม	243.938	380	0.642		
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	13.610	13	1.047	1.035	0.416
	ภายในกลุ่ม	384.240	380	1.011		
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	ระหว่างกลุ่ม	1.257	13	0.097	0.412	0.966
	ภายในกลุ่ม	89.284	380	0.235		
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	4.188	13	0.322	1.345	0.184
	ภายในกลุ่ม	91.023	380	0.240		
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	4.652	13	0.358	1.578	0.089
	ภายในกลุ่ม	86.170	380	0.227		
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	ระหว่างกลุ่ม	2.672	13	0.206	0.875	0.579
	ภายในกลุ่ม	89.226	380	0.235		
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	ระหว่างกลุ่ม	2.909	13	0.224	0.933	0.518
	ภายในกลุ่ม	91.114	380	0.240		

ตาราง 56 (ต่อ) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีรายได้แตกต่างกัน (ลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการ)

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ฯ	ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3.659	13	0.281	1.223	0.260
	ภายในกลุ่ม	87.440	380	0.230		
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	ระหว่างกลุ่ม	4.001	13	0.308	1.356	0.178
	ภายในกลุ่ม	86.253	380	0.227		
อื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	4.056	13	0.312	1.295	0.213
	ภายในกลุ่ม	91.338	379	0.241		

* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 57 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (การศึกษา)

ด้านบริการที่ใช้ในปัจจุบัน	การศึกษา					รวม	χ^2	p
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท				
เงินฝากออมทรัพย์	93	163	28	1	285	4.512	0.211	
เงินฝากประจำ	49	81	6	0	136	6.541	0.088	
สลากออมสิน	28	78	19	1	126	15.724	0.001	
สินเชื่อ	91	156	28	1	276	6.098	0.107	

จากตาราง 57 พบว่า มีเพียงบริการเดียวระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์คือบริการประเภทสลากออมสิน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 58 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำ
ประกันชีวิต (การศึกษา)

การทำประกันชีวิต	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท	
ทำ	71	137	22	1	231
ไม่ได้ทำ	51	100	12	0	163
รวม	122	237	34	1	394
χ^2 (df = 3) = 1.299 p = 0.729					

จากตาราง 58 พบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการทำประกันชีวิต ที่ระดับ
นัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 59 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจ
ในการให้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (การศึกษา)

ความสนใจในการให้บริการ เงินฝากสงเคราะห์	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท	
สนใจ	71	166	32	1	270
ไม่สนใจ	51	71	2	0	124
รวม	122	237	34	1	394
χ^2 (df = 3) = 17.072 p = 0.001					

จากตาราง 59 พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับความสนใจในการให้บริการเงินฝาก
ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 60 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (การศึกษา)

ความสามารถส่งเบี้ย ประกัน	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท	
500 – 1,000 บาท	119	151	0	0	270
1,001 – 2,000 บาท	2	65	34	1	102
2,001 – 3,000 บาท	0	15	0	0	15
มากกว่า 3,000 บาท	1	6	0	0	7
รวม	122	237	34	1	394
χ^2 (df = 9) = 153.904 p = 0.000					

จากตาราง 60 พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้บริการ เงิน
ฝาก ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 61 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา
คุ้มครองของกรมธรรม์ (การศึกษา)

ระยะเวลาคุ้มครองของ กรมธรรม์	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่า ปริญญาโท	
1 – 5 ปี	11	23	0	0	34
5 – 10 ปี	11	27	0	0	38
10 – 15 ปี	78	134	32	1	245
16 – 20 ปีขึ้นไป	22	53	2	0	77
รวม	122	237	34	1	394
$\chi^2_{(df=9)} = 19.164 \quad p = 0.024$					

จากตาราง 61 พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ ที่
ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 62 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (การศึกษา)

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท	
บิดา – มารดา	6	4	0	0	10
คู่สมรส	10	14	0	0	24
บุตร	66	128	25	1	220
ญาติพี่น้อง	24	42	0	0	66
ตนเอง	16	47	0	0	63
อื่น ๆ	0	2	9	0	11
รวม	122	237	34	1	394
χ^2 (df = 15) = 99.750 p = 0.000					

จากตาราง 62 พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 63 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (การศึกษา)

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	การศึกษา				รวม	χ^2	p
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท			
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	74	158	20	1	253	2.280	0.516
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	72	146	15	0	233	5.218	0.156
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	81	153	18	0	252	3.916	0.271
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	75	155	17	1	248	3.757	0.289
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	77	145	16	1	239	3.619	0.306
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่วไปของธนาคาร	71	162	18	0	251	7.276	0.064
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	80	156	17	1	254	3.913	0.271
อื่นๆ	68	149	12	1	230	10.725	0.013

จากตาราง 63 พบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 64 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้
(สถานภาพ)

ด้านบริการที่ใช้ใน ปัจจุบัน	สถานภาพ			รวม	χ^2	p
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า			
เงินฝากออมทรัพย์	73	145	67	285	1.813	0.612
เงินฝากประจำ	32	70	34	136	0.053	0.997
สลากออมสิน	37	60	29	126	5.668	0.129
สินเชื่อ	72	134	70	276	4.360	0.225

จากตาราง 64 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่ระดับ
นัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 65 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านการทำ
ประกันชีวิต (สถานภาพ)

การทำประกันชีวิต	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า	
ทำ	59	109	63	231
ไม่ได้ทำ	35	95	33	163
รวม	94	204	96	394

χ^2 (df = 3) = 4.974 p = 0.174

จากตาราง 65 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการทำประกันชีวิตที่ระดับ
นัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 66 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านความสนใจ
ในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ (สถานภาพ)

ความสนใจในการใช้ บริการเงินฝาก สงเคราะห์	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า	
สนใจ	76	127	70	270
ไม่สนใจ	21	77	26	124
รวม	94	204	96	394
χ^2 (df = 3) = 10.725 p = 0.013				

จากตาราง 66 พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความสนใจในการใช้บริการเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 67 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (สถานภาพ)

ความสามารถส่งเบี้ย ประกัน	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า	
500 – 1,000 บาท	57	144	69	270
1,001 – 2,000 บาท	30	49	23	102
2,001 – 3,000 บาท	6	7	2	15
มากกว่า 3,000 บาท	1	4	2	7
รวม	94	204	96	394
χ^2 (df = 9) = 16.575 p = 0.056				

จากตาราง 67 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งเบี้ย
ประกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 68 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา
คุ้มครองของกรมธรรม์ (สถานภาพ)

ระยะเวลาคุ้มครอง ของกรมธรรม์	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า	
1 – 5 ปี	5	20	9	34
5 – 10 ปี	10	20	8	38
10 – 15 ปี	64	125	56	245
16 – 20 ปีขึ้นไป	15	39	23	77
รวม	94	204	96	394
χ^2 (df = 9) = 18.398 p = 0.031				

จากตาราง 68 พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 69 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีสิทธิพล
ต่อการตัดสินใจ (สถานภาพ)

ผู้มีสิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า	
บิดา – มารดา	4	3	3	10
คู่สมรส	5	15	4	24
บุตร	66	104	50	220
ญาติพี่น้อง	8	41	17	66
ตนเอง	4	39	20	63
อื่นๆ	7	2	2	11
รวม	94	204	96	394
χ^2 (df = 15) = 64.298 p = 0.000				

จากตาราง 69 พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 70 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (สถานภาพ)

เหตุผลในการ เลือกใช้บริการ	สถานภาพ			รวม	χ^2	p
	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า			
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	60	131	62	253	0.050	0.997
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	57	119	57	233	0.480	0.923
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	63	129	60	252	1.089	0.780
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	61	126	61	248	1.321	0.724
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	61	119	59	239	1.198	0.753
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	58	133	60	251	0.669	0.880
พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์	63	135	56	254	2.576	0.462
อื่น ๆ	55	124	52	231	2.882	0.410

จากตาราง 70 พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 71 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านบริการที่ใช้ (อาชีพ)

ด้านบริการที่ใช้ในปัจจุบัน	อาชีพ						รวม	χ^2	p
	ข้าราชการ/พ.นง.	รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง			
เงินฝากออมทรัพย์	156	82	16	8	16	7	285	3.197	0.670
เงินฝากประจำ	74	39	10	4	8	1	136	4.729	0.450
สลากออมสิน	52	47	10	8	8	1	126	21.127	0.001
สินเชื่อก	155	87	12	8	11	3	276	12.256	0.031

จากตาราง 71 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับบริการที่ใช้ในปัจจุบันคือ สลากออมสิน และสินเชื่อกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 73 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความสนใจในการใช้บริการเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 74 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้าน
ความสามารถส่งเบี้ยประกัน (อาชีพ)

ความสามารถส่งเบี้ย ประกัน	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/พ.ม.	รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง อื่น ๆ	
500 – 1,000 บาท	195	38	11	66	14	6	270
1,001 – 2,000 บาท	19	78	5	0	0	0	102
2,001 – 3,000 บาท	0	2	6	6	1	0	15
มากกว่า 3,000 บาท	0	0	0	0	3	4	7
รวม	214	18	22	12	18	10	394
χ^2 (df = 15) = 369.093 p = 0.000							

จากตาราง 74 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งเบี้ยประกันที่
ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 75 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านระยะเวลา
คุ้มครองของกรมธรรม์ (อาชีพร)

ระยะเวลาคุ้มครอง ของกรมธรรม์	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/พ.นง. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	
1 – 5 ปี	18	9	2	1	3	1	34
5 – 10 ปี	18	9	6	0	3	2	38
10 – 15 ปี	142	78	8	4	8	5	245
16 – 20 ปีขึ้นไป	36	22	6	7	4	2	77
รวม	214	118	22	12	18	10	394
χ^2 (df = 15) = 29.481 p = 0.014							

จากตาราง 75 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05

ตาราง 76 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (อาชีพ)

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/พ.นง. รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	
บิดา – มารดา	7	3	0	0	0	0	10
คู่สมรส	13	5	6	0	0	0	24
บุตร	135	63	10	2	4	6	220
ญาติพี่น้อง	27	23	2	4	10	0	66
ตนเอง	31	14	4	6	4	4	63
อื่นๆ	1	10	0	0	0	0	11
รวม	214	118	22	12	18	10	394
χ^2 (df = 25) = 88.046 p = 0.000							

จากตาราง 76 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 77 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (อาชีพ)

เหตุผลการเลือกใช้บริการ	อาชีพ						รวม	χ^2	p
	ข้าราชการ/พ.นง.	รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้าง			
เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี	139	75	14	8	12	5	253	1.034	0.960
เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว	134	62	14	7	10	6	233	3.482	0.626
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก	147	65	15	7	12	6	252	6.571	0.255
อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	133	72	17	6	14	6	248	4.780	0.443
ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น	135	65	15	7	11	6	239	2.616	0.759
ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่วไปของธนาคาร	133	75	15	10	10	8	251	4.081	0.538
พอใจในรูปแบบของกรรมกรรม	148	67	14	8	10	7	254	5.890	0.317
อื่น ๆ	130	60	13	8	11	8	230	5.697	0.337

จากตาราง 77 พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตอนที่ 5 รายการคิดเห็น และรายการเสนอแนะของลูกค้า

1. ควรเพิ่มบุคลากรในการให้บริการ เนื่องจากเสียเวลารอคอย
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การให้บริการอย่างทั่วถึง และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ปรับปรุงเรื่องการให้บริการฝากเงินแต่ละครั้ง ให้มีความถูกต้องและความรวดเร็ว
4. อำนวยความสะดวกและเพิ่มรวดเร็วในการรับเงินสงเคราะห์หรือเงินปันผล



บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์ ครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ 1) ประชากรที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนแต่ละอาชีพ โดยการจับสลากจากรายชื่อประชากรของแต่ละอาชีพได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 327 ชุด 2) ประชากรที่ยังไม่ได้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 394 ชุด ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 และ เพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีอายุโดยเฉลี่ยคือ 38 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ 15,500 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ซึ่งส่วนใหญ่สมรสแล้ว และประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4

2. จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทมีไหม จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.54 รองลงมาเป็นเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทออมสินคู่ขวัญ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 27.22 ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภททุนการศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตประเภทอุ่นใจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.41 และเงินฝากประเภทบำนาญสงเคราะห์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.42 โดยส่วนใหญ่ถือครองกรรมสิทธิ์ 1 กรรมสิทธิ์ จำนวน 203 คิดเป็นร้อยละ 62.13 รองลงมาถือครองกรรมสิทธิ์จำนวน 2 กรรมสิทธิ์ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ซึ่งรูปแบบการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตส่วนใหญ่เป็นแบบรายเดือน

จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาเป็นแบบรายปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นบุตร จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และคู่สมรส จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 เหตุผลที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคือเพื่อเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 90.83 รองลงมาเหตุผลคือความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45

3. ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ และระดับปานกลางทั้ง 4 ข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยของระดับมากได้ดังนี้คือ ความมีน้ำใจและสุภาพของพนักงานธนาคาร ($\bar{X} = 3.49$) ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และ เงื่อนไขการคุ้มครองที่ดี ($\bar{X} = 3.47$) สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ หากเป็นปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ระดับมากทั้ง 4 ข้อ เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้ การเวนคืนกรมธรรม์ ($\bar{X} = 3.45$) ระยะเวลาในการชำระเบี้ยมีหลายประเภท เช่น รายเดือน สามเดือน หกเดือน และรายปี ($\bar{X} = 3.44$) อัตราผลตอบแทนจากกรมธรรม์ ($\bar{X} = 3.43$) และค่าเบี้ยประกันถูกกว่าบริษัทประกันภัยอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ ทั้งนี้ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ และระดับมาก 3 ข้อ เช่นกัน เรียงลำดับคะแนนจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ($\bar{X} = 3.46$) มีการจัดสถานที่แยกเป็นสัดส่วนของแต่ละส่วนอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.45$) มีจุดให้บริการลูกค้าให้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและมองเห็นชัดเจน ($\bar{X} = 3.41$) ทั้งนี้ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ ความสะดวกในการติดต่อเมื่อมีรายการสงสัย และที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า ($\bar{X} = 3.39$) และทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น ใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.33$) และระดับความสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ

มาก ($\bar{X} = 3.46$) เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้คือ มีการบริการหลังการขาย ($\bar{X} = 3.49$) มีการแจกของสมนาคุณ และ มีการแจ้งข่าวสารเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีจำนวนกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ และ 2 กรรมธรรม์ โดยรูปแบบการส่งเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นแบบรายเดือน แบบรายปี ราย 3 เดือน และราย 6 เดือน ตามลำดับ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตคือบุตรเหมือนกัน รองลงมาให้ความสำคัญกับคู่สมรสในทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเหตุผลในการได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น ผลการทดสอบพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันเห็นว่ปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านจำนวนกรรมธรรม์ที่ 1 กรรมธรรม์ ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคือบุตร และให้ความสำคัญต่อเหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเกี่ยวกับอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น และเพื่อนำไปลดหย่อนภาษี ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ รองลงมา 2 กรรมธรรม์ แสดงให้เห็นว่าข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญจำนวนกรรมธรรม์ โดยชอบรูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือน รองลงมาเป็นแบบรายปี ทุกอาชีพเห็นว่าบุตรมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมาเป็นญาติพี่น้อง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพเห็นว่าอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมาคือได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ผลการทดสอบพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝาก

สงเคราะห์ชีวิตระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งนี้อาชีพมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลรูปแบบการส่งเงินฝากในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สำหรับการศึกษาทุกระดับส่วนใหญ่มีกรรมธรรม์ 1 กรรมธรรม์ รองลงมา มีจำนวน 2 กรรมธรรม์ ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตด้านจำนวนกรรมธรรม์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 รูปแบบการส่งเงินฝากแบบรายเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ ผลการทดสอบพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับรูปแบบการส่งเงินฝากในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทุกระดับการศึกษาเห็นว่าบุตรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมา เป็นคู่สมรส ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาเห็นว่าอัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต รองลงมา คือ ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.8 สถานภาพหม้าย/หย่า คิดเป็นร้อยละ 24.4 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 54.3 รองลงมา ประกอบอาชีพส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 29.9 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 18,900 บาท มีอายุโดยเฉลี่ย 42 ปี ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีการออมเงินโดยเฉลี่ยเดือนละ 2,300 บาท การฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตส่วนใหญ่ใช้บริการประเภทเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน ร้อยละ 72.3 รองลงมา ใช้บริการประเภทสินเชื่อ ร้อยละ 70.1 บริการเงินฝากประจำ ร้อยละ 34.5 และประเภทสลากออมสิน ร้อยละ 32.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตได้ทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น ร้อยละ

58.6 ทั้งนี้บริษัทส่วนใหญ่ที่ทำคือบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ บริษัทกรุงศรีอยุธยา อลิอันซ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 68.5 มีความสนใจเกี่ยวกับการฝากเงินสงเคราะห์รูปแบบเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเรียง 5 ลำดับแรกดังนี้ ออมสินคู่ขวัญ (ร้อยละ 42.89) ออมสินอุ่นใจ (ร้อยละ 34.26) ออมสินทรัพย์ 170 (ร้อยละ 14.21) ออมสินเงินได้รายเดือน (ร้อยละ 9.39) และออมสินตลอดชีพ (ร้อยละ 8.88) ตามลำดับ และความสนใจในเรื่องความสามารถในการส่งเบี้ยประกันต่อเดือนอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาอยู่ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ความสามารถในการส่งเบี้ยประกันระหว่าง 2,001 – 3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และความสามารถในการส่งเบี้ยประกันมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทั้งนี้เห็นว่า ระยะเวลาคุ้มครองที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตให้ความสนใจคือระยะเวลาคุ้มครอง 10 – 15 ปี ร้อยละ 62.2 รองลงมาร้อยละ 19.5 เห็นว่าระยะเวลาคุ้มครองอยู่ที่ 16 – 20 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเห็นว่าบุตรเป็นบุคคลที่อิทธิพลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตจะเลือกใช้เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตเรียงตามลำดับดังนี้ พอใจในรูปแบบกรมธรรม์ (ร้อยละ 64.5) เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี (ร้อยละ 64.2) ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก (ร้อยละ 64.0) ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่ว ๆ ไปของธนาคาร (ร้อยละ 63.7) และเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว (ร้อยละ 59.1)

2. ความคิดเห็นที่มีต่อเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทุกประเด็น

การศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตทุกประเด็น มีเพียงประเด็นเหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ ที่การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตไม่แตกต่างกัน และเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันเห็นว่าปัจจัยในการเลือกฝากเงินสงเคราะห์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตด้านความสามารถในการส่งเบี้ย ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์ และอื่น ๆ แตกต่างกัน

สถานการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ด้านบริการ ที่ให้อยู่ในปัจจุบัน การทำประกันชีวิต ความสามารถในการส่งเบี้ยประกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่ระดับ ระยะเวลา คุ่มครองของกรรมกรรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต และเหตุผล ในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ด้านบริการที่ใช้ใน ปัจจุบันคือสลาขอมสิน ความสนใจในการใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ความสามารถในการ ส่งเบี้ยประกัน ระยะเวลาคุ่มครองของกรรมกรรม ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงิน ฝากสงเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการ เลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ด้านการทำประกันชีวิต เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงิน ฝากสงเคราะห์ชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ โสมภักดิ์พิมพ์ ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ ความจำเป็นในการทำประกันชีวิต และการจ่าย เบี้ยประกัน นั่นคือปัจจัยทางด้านราคา

จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นว่าได้ ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่แสดงความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือมีบริการหลังการขาย มีข่าวสารแจ้ง ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ และเนื่องจากธุรกิจประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่ถูกคาดหวังศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อใช้ในการ ประกอบการตัดสินใจ จึงถือได้ว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่ สามารถสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดยัง สามารถช่วยให้พนักงานได้มีโอกาสเพื่อเข้าพบหรืออธิบายรายละเอียดลูกค้าให้เข้าใจ ซึ่งถือว่าเป็น ส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตได้ สำหรับด้านราคา ซึ่งจากการเปรียบเทียบ ระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการกับราคารันั้น ถ้าคุณค่าใดสูงกว่าก็จะตัดสินใจซื้อสิ่งนั้น แสดง ให้เห็นว่าผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อมูลค่าเงินสดที่สามารถกู้หรือเวนคืนกรรมกรรมได้ รวมทั้ง ระยะเวลาหรือค่างวดที่มีให้หลายประเภท ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกชระได้ตามความสะดวกตาม ความเหมาะสม อาจเนื่องจากการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตเป็นการฝากเงินของผู้มีรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก แต่เป็นค่าเฉลี่ยที่ยังนับว่าต่ำอยู่ ดังนั้น ธนาคารจึงควรพยายามสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน โดยการนำเสนอคุณภาพของการบริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการ และส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจในการเอาใจของธนาคาร การพัฒนาภาพลักษณ์ต่าง ๆ อาจต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดทัศนคติ ความรู้สึกที่ดีต่อธนาคาร ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากส่งเคราะห์ชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มผลประโยชน์ตามกรรมธรรมิให้สูงขึ้น เนื่องจากการประกันชีวิตและเป็นการออมเงินรูปแบบหนึ่ง เพิ่มความคุ้มครอง

นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากส่งเคราะห์ชีวิตทั้งกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากส่งเคราะห์และยังไม่ได้ใช้บริการเงินฝากส่งเคราะห์ มีเหตุผลที่เหมือนกันคือจำนวนค่าเบี้ยประกันที่ส่งต่องวดน้อยกว่าบริษัทอื่น และผลตอบแทนได้ดีกว่าการฝากเงิน ดังนั้นธนาคารมีกลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดให้ชัดเจนมากขึ้นกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ควรสร้างความแตกต่างที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งพัฒนารูปแบบกรรมธรรมิให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจทำการสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการกรรมธรรมิในลักษณะแบบใด เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของกรรมธรรมิในอนาคตต่อไป ธนาคารควรนำเทคโนโลยีและระบบการตรวจสอบความถูกต้องที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อให้เกิดกระบวนการในการทำงานที่รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะการให้บริการรับฝากเงินในแต่ละครั้ง รวมทั้งการจ่ายเงินส่งเคราะห์หรือเงินปันผลด้วย เพิ่มกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นหรือสิทธิประโยชน์หลังใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ให้กว้างมากขึ้น เข้าถึงหน่วยงานราชการต่าง ๆ มีการส่งข่าวสารแจ้งความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเงินฝากส่งเคราะห์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและเพื่อขยายฐานของลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ บุคลากร ให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าหรืออธิบายโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และสามารถตอบข้อข้องใจเกี่ยวกับสินค้าแต่ละชนิดให้แก่ลูกค้าได้ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเงินฝากส่งเคราะห์ชีวิต

2. เผยแพร่ข้อมูลที่ดีของธนาคารและข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเงินฝากส่งเคราะห์ชีวิต เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

3. ควรมีการขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น เช่น การแจกใบปลิวตากสถานที่ทำงานต่าง ๆ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตกับธุรกิจประกันชีวิตอื่น ๆ
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยระหว่างธนาคารด้วยกัน





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยนเรศวร

บรรณานุกรม

- ชัยวัฒน์ โฆษภัทรพิมพ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรศิริ แสงสุวรรณ. (2537). การประกันภัย. นครราชสีมา : สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- ธนกฤต ภิญโญ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารออมสิน. (2554). รายงานประจำปี 2553. กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน.
- ธนาคารออมสิน (2555). ประวัติธนาคาร. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2555. จาก <http://www.gsb.or.th/about/index.php>
- ธนาคารออมสิน (2554). เงินฝากคุ้มครองชีวิต. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2554. จาก <http://www.gsblife.com/about/index.html>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิกานดา เสรีสมนึก. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสงคราม. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันชนะ ณ ลำปาง. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุโขทัยธรรมนิราช. (2544). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช.
- สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล. (2540). ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศุภนุช พูลเจริญ. (2547). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกฝาก

**เงินสงเคราะห์ชีวิตของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปักธงชัย จังหวัด
นครราชสีมา. ปัญหาพิเศษ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**

Kotler Philip, (1997). **Marketing Management**, 9th Edition, Prentice-Hall.

Peter F. Drucker. (2008). **Management**. Revise Edition. New York: Harper Collins.

Stanton, William J. and Charles Futrell. (1987). **Fundamentals of Marketing** 8th ed. New
York:McGraw – Hall, Inc.,.





ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
เรื่อง

การตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
ธนาคารออมสิน สาขาน้ำปาด จังหวัดอุดรดิตถ์
(กรณีลูกค้าใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนในรายวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนิสิต
ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การบริหารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านทำเครื่องหมายถูก (✓) ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
ให้มากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. ปริญญาโท

() 4. สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้.....บาท

5. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หม้าย / หย่า

6. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 2. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

() 3. พนักงานบริษัทเอกชน

() 4. เกษตรกร

() 5. รับจ้าง

() 6. อื่น ๆ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

7. ปัจจุบันท่านใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตแบบใด

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ออมสินเพิ่มพูน 6/2 | ☐ 2. ออมสินเพิ่มพูน 10/2 |
| ☐ 3. ออมสินทรัพย์อันันต์ 99 | ☐ 4. ออมสินบำนาญ 90/60 |
| ☐ 5. ทรัพย์มั่นคง | ☐ 6. ทรัพย์เพิ่มพูน 5/2 |
| ☐ 7. สะสมทรัพย์ 50/10 | ☐ 8. ออมสิน 5/1 |
| ☐ 9. ออมสิน 10/1 | ☐ 10. ออมสินสบายใจ |
| ☐ 11. ออมสินเงินได้รายเดือน | ☐ 12. ออมสินเกษียณสุข |
| ☐ 13. ออมสินคู่ขวัญ | ☐ 14. ออมสินอุ่นใจ |
| ☐ 15. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170 | ☐ 16. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200 |
| ☐ 17. ออมสินตลอดชีพ | ☐ 18. ร่มไทร |
| ☐ 19. พุนการศึกษา | ☐ 20. บำนาญสงเคราะห์ |

8. ท่านมีกรรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์จำนวนเท่าใด

- ☐ 1. 1 กรรมธรรม์
- ☐ 2. 2 กรรมธรรม์
- ☐ 3. 3 กรรมธรรม์
- ☐ 4. มากกว่า 3 กรรมธรรม์

9. รูปแบบการส่งเงินฝาก

- ☐ 1. รายเดือน
- ☐ 2. ราย 3 เดือน
- ☐ 3. ราย 6 เดือน
- ☐ 4. รายปี

10. วงเงินสงเคราะห์ชีวิตรวมทั้งสิ้น.....บาท

11. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตมากที่สุด

- ☐ 1. บิดา – มารดา
- ☐ 2. คู่สมรส
- ☐ 3. บุตร
- ☐ 4. ญาติพี่น้อง
- ☐ 5. ตัดสินใจเอง

() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

12. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี

() 2. เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว

() 3. ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก

() 4. อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น

() 5. ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น

() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1.1 เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตมีให้เลือกหลายประเภท					
1.2 ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร					
1.3 เงื่อนไขการคุ้มครองที่ดี					
1.4 ผลตอบแทนจากกรมธรรม์					
1.5 นโยบายในการดำเนินกิจการของธนาคารชัดเจน					
1.6 มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม					
1.7 สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ					
1.8 ความมีน้ำใจและสุภาพของพนักงานธนาคาร					
1.9 สิทธิประโยชน์ในการกู้เงิน / ถอนเงินตามมูลค่า					
2. ด้านราคา					
2.1 ค่าเบี้ยประกันถูกกว่าบริษัทประกันภัยอื่นๆ					
2.2 การเวนคืนกรมธรรม์					
2.3 อัตราผลตอบแทนจากกรมธรรม์					

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4 ระยะเวลาในการชำระเบี้ยมีหลายประเภท เช่น รายเดือน สามเดือน หกเดือน และรายปี					
3. การจัดจำหน่าย (สถานที่)					
3.1 สะดวกในการติดต่อเมื่อมีข้อสงสัย					
3.2 ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า					
3.3 มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ					
3.4 มีการจัดสถานที่แยกเป็นสัดส่วนของแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน					
3.5 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น ใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน					
3.6 มีจุดให้บริการลูกค้าให้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและมองเห็นชัดเจน					
4. การส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการแจกของสมนาคุณ					
4.2 มีบริการหลังการขาย					
4.3 มีการแจ้งข่าวสารเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่ลูกค้า					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ธนาคารนำไปปรับปรุงการให้บริการเกี่ยวกับเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค่าน้ำด้วยตนเอง
เรื่อง

การตัดสินใจเลือกฝากเงินประเภทเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
ธนาคารออมสิน สาขาน้ำป่าด จังหวัดอุดรดิตถ์
(กรณีลูกค้าไม่ได้ใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนในรายวิชาศึกษาค่าน้ำด้วยตนเองของนิสิต
ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การบริหารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านทำเครื่องหมายถูก (✓) ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
ให้มากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. ปริญญาโท

() 4. สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้.....บาท/เดือน

5. ท่านออมเงินกับทางธนาคารเดือนละ.....บาท/เดือน

6. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หม้าย / หย่า

7. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 2. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

() 3. พนักงานบริษัทเอกชน

() 4. เกษตรกร

() 5. รับจ้าง

() 6. อื่น ๆ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

8. ปัจจุบันท่านใช้บริการด้านใดของธนาคารออมสิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เงินฝากออมทรัพย์ () เงินฝากประจำ
() สลากออมสิน () สินเชื่อ

9. ปัจจุบันท่านได้ทำประกันชีวิตหรือไม่

- () ทำ ท่านทำกับบริษัท โปรดระบุ.....
เบี้ยประกันปีละ.....บาท

() ไม่ได้ทำ

10. ท่านมีความสนใจเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารออมสินหรือไม่

- () สนใจ () ไม่สนใจ

11. ท่านมีความสนใจผลิตภัณฑ์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตของธนาคารออมสิน ประเภทใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| () 1. ออมสินเพิ่มพูน 6/2 | () 2. ออมสินเพิ่มพูน 10/2 |
| () 3. ออมสินทรัพย์อันันต์ 99 | () 4. ออมสินบำนาญ 90/60 |
| () 5. ทรัพย์มั่นคง | () 6. ทรัพย์เพิ่มพูน 5/2 |
| () 7. สะสมทรัพย์ 50/10 | () 8. ออมสิน 5/1 |
| () 9. ออมสิน 10/1 | () 10. ออมสินสบายใจ |
| () 11. ออมสินเงินได้รายเดือน | () 12. ออมสินเกษียณสุข |
| () 13. ออมสินคู่ขวัญ | () 14. ออมสินอุ่นใจ |
| () 15. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 170 | () 16. ออมสินเพิ่มทรัพย์ 200 |
| () 17. ออมสินตลอดชีพ | |

12. ท่านมีความสามารถส่งเบี้ยประกันต่อเดือนในวงเงินเท่าใด

- () 1. 500 – 1,000 บาท
() 2. 1,001 – 2,000 บาท
() 3. 2,001- 3,000 บาท
() 4. มากกว่า 3,000 บาท

13. ท่านคิดว่าระยะเวลาของกรรมธรรม์ที่ท่านสนใจควรมีระยะเวลาการคุ้มครองกี่ปี

- () 1. 1 – 5 ปี () 2. 5 – 10 ปี
() 3. 10 – 15 ปี () 4. 16 – 20 ปี ขึ้นไป

14. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงินสงเคราะห์ชีวิตมากที่สุด

- | | |
|---------------------|------------------------|
| () 1. บิดา – มารดา | () 2. คู่สมรส |
| () 3. บุตร | () 4.ญาติพี่น้อง |
| () 5. ตนเอง | () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ |

15. เหตุผลที่ท่านจะเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ของธนาคารออมสิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี
- () 2. เป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว
- () 3. ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก
- () 4. อัตราเงินฝากแต่ละงวดน้อยกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น
- () 5. ความน่าเชื่อถือของธนาคารมีมากกว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น
- () 6. ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากทั่วไปของธนาคาร
- () 7. พอใจในรูปแบบของกรมธรรม์
- () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม