

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" ได้จำแนกการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และลักษณะทางเศรษฐกิจ-สังคม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
2. การตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทศนคติต่อการประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต ทศนคติต่อการประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ-สังคม ของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ ชาย	196	49.0
เพศ หญิง	204	51.0
รวม	400	100.0

กลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ในภาพรวม
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยจำแนกเป็นเพศชายจำนวน 196 คน คิดเป็น
ร้อยละ 49.0 และเป็นเพศหญิงเป็นจำนวนเกินครึ่งเพียงเล็กน้อย 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 21-30 ปี	177	44.3
อายุ 31-40 ปี	158	39.5
อายุ 41-50 ปี	54	13.5
อายุ 51-60 ปี	11	2.8
รวม	400	100.0

ในจำนวนกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเกือบครึ่งหนึ่ง เป็นคนวัยหนุ่มสาวมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และมีผู้สูงอายุใกล้เคียงเพียงร้อยละ 2.8

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสืออย่างเป็นทางการ	6	1.5
ประถมศึกษา	30	7.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	27	6.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	26	6.5
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	78	19.5
ปริญญาตรี	187	46.8
สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.5
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ซึ่งนับว่ามากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มที่มีวุฒิระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และกลุ่มที่มีคุณวุฒิระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เรียนหนังสืออย่างเป็นทางการเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	228	57.0
สมรส	151	37.8
หย่าร้าง/ม่าย	21	5.3
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสดมากที่สุด โดยมีจำนวนประมาณกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาเกือบครึ่งของทั้งหมดคือกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง / ม่าย มีเพียงจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีบุตรและจำนวนบุตร

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	261	65.3
มีบุตร 1 คน	52	13.0
มีบุตร 2 คน	54	13.5
มีบุตร 3 คน	22	5.5
มีบุตร 4 คน	6	1.5
มีบุตร 5 คน	1	0.3
มีบุตร 6 คน	2	0.5
มีบุตร 7 คน	2	0.5
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งไม่มีบุตร จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาเกือบครึ่งคือกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรเกือบครึ่งหนึ่งมีบุตร 2 คน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรเพียง 1 คน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และกลุ่มที่มีบุตร 3 คน มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	27	6.8
5,001 –15,000 บาท	206	51.5
15,001 –25,000 บาท	96	24.0
25,001 –35,000 บาท	38	9.5
มากกว่า 35,001 บาท	33	8.3
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างจำนวนกว่าครึ่งหนึ่งมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-15,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	80	20.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	80	20.0
พนักงานบริษัท / ธุรกิจเอกชน	80	20.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	80	20.0
รับจ้างอิสระ	80	20.0
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้จำแนกออกเป็น 5 กลุ่มอาชีพ ดังนี้ กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท / ธุรกิจเอกชน, ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และรับจ้างอิสระ โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	212	53.0
หัวหน้างานระดับต้น	43	10.8
หัวหน้างาน / ผู้บริหารระดับกลาง	32	8.0
เจ้าของธุรกิจ / ผู้บริหารระดับสูง	87	21.8
อื่นๆ	26	6.5
รวม	400	100.0

กว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีระดับตำแหน่งงานเป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการซึ่งมีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเป็นเจ้าของธุรกิจ / ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการทำประกันชีวิต ของผู้บริโภคน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการทำประกันชีวิต

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยทำ	218	54.5
เคยทำ แต่ยกเลิกกรมธรรม์แล้ว	72	18.0
ทำ และยังถือกรมธรรม์อยู่ 1 ปี	108	27.8
ทำ และยังถือกรมธรรม์อยู่ 2 ปี	1	0.3
ทำ และยังถือกรมธรรม์อยู่ 3 ปี ขึ้นไป	1	0.3
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำประกันชีวิตมีจำนวนกว่าครึ่งหนึ่งคือ 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนอีก 1 ใน 4 เป็นกลุ่มผู้ที่ทำประกันชีวิตและยังถือกรมธรรม์เป็นเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 ส่วนผู้ที่ถือกรมธรรม์ 2 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำประกันชีวิต จำแนกตามความสนใจในการทำประกันชีวิต

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	182	45.5
ไม่ทำ	50	12.5
ไม่แน่ใจ	143	35.8
ทำ	25	6.3
รวม	400	100.0

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ยังคงไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะทำประกันชีวิตหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 35.8 และมีจำนวนอีกเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ตัดสินใจจะทำประกันชีวิตในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิต จำแนกตามช่องทางการติดต่อ

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	219	54.7
ผ่านตัวแทนประกันชีวิต	157	39.3
ติดต่อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง	23	5.7
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100.0

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิตเกือบทั้งสิ้นเป็นผู้ที่ทำประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีจำนวนเพียงเล็กน้อยที่ทำประกันชีวิตโดยติดต่อกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 5.7 เท่านั้น และอีกเพียงร้อยละ 0.3 ทำประกันชีวิตผ่านองค์กรที่ตนทำงานอยู่

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิต จำแนกตามลักษณะการทำประกันชีวิต

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ทำให้ตนเอง	149	52.7
ทำให้กับพ่อ/แม่/พี่น้อง	44	15.5
ทำให้กับบุตร	53	18.7
ทำให้กับสามี/ภรรยา	37	13.1
รวม	283	100.0

ประชาชนเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ที่ทำและเคยทำประกันชีวิตเป็นผู้ที่ทำประกันชีวิตให้กับตนเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาเป็นผู้ที่ทำและเคยทำประกันชีวิตให้กับบุตร คิดเป็นร้อยละ 18.7 ส่วนที่เหลือเพียง 3 ใน 10 เป็นผู้ทำและเคยทำประกันชีวิตให้กับพ่อ/แม่/พี่น้อง และ สามี/ภรรยา ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิต จำแนกตามวงเงินทุนประกัน

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
100,000 – 399,999 บาท	116	66.3
400,000 – 699,999 บาท	36	20.6
700,000 – 999,999 บาท	10	5.7
1,000,000 บาทขึ้นไป	13	7.4
รวม	175	100.0

5 ใน 8 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิตเลือกทำประกันในช่วงวงเงินทุนประกันระหว่าง 100,000 – 399,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาเป็นผู้ที่เลือกทำประกันทำประกันในช่วงวงเงินทุนประกันระหว่าง 400,000 – 699,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.6 ส่วนวงเงินทุนประกันที่สูงในช่วง 700,000 บาท ขึ้นไปนั้น มีเพียงแค่ 2 ใน 8 เท่านั้น

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำและเคยทำประกันชีวิต จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการความคุ้มครองตัวท่านและครอบครัว	144	18.9
ต้องการเก็บออมเงิน	96	12.6
ต้องการสวัสดิการรักษาพยาบาล	111	14.5
เป็นค่าใช้จ่ายในยามเกษียณอายุ	55	7.2
เป็นทุนการศึกษาบุตร	46	6.0
เป็นค่าใช้จ่ายยามจำเป็น	64	8.4
เป็นการลงทุนในรูปแบบหนึ่ง	46	6.0
เป็นมรดกให้ลูกหลาน	36	4.7
พอใจในตัวแทนประกันชีวิต	27	3.5
พึงพอใจในผลประโยชน์ของแบบประกัน	62	8.1
ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น	45	5.9
ถูกยัดเยียดให้ทำประกัน	5	0.7
เกรงใจ	17	2.2
อื่นๆ	10	1.3
รวม	764	100.0

เหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้ที่ทำและเคยทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ มักต้องการความคุ้มครองตัวเองและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 18.9 รองลงมา ในเปอร์เซ็นต์ที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ ต้องการสวัสดิการรักษาพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 14.5 และต้องการเก็บออมเงิน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ส่วนเหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่เนื่องมาจากความเกรงใจ หรือ การถูกยัดเยียดให้ทำประกันชีวิตนั้น มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อ และความถี่ในการเปิดรับสื่อในรอบ 3 เดือน

ประเภทสื่อที่ เปิดรับเกี่ยวกับ การทำประกันชีวิต		ความถี่ในการเปิดรับสื่อในรอบ 3 เดือน						ระดับ ทัศนคติ
สื่อมวลชน	บ่อยมาก (>6 ครั้ง)	บ่อย (5-6 ครั้ง)	บางครั้ง (3-4 ครั้ง)	นาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง)	ไม่เคยได้รับ	ค่าเฉลี่ย (Mean)		
- โทรทัศน์	147 (36.8)	126 (31.5)	68 (17.0)	47 (11.8)	12 (3.0)	3.87	มาก	
- วิทยุ	24 (6.0)	100 (25.0)	121 (30.3)	97 (24.3)	58 (14.5)	2.84	ปานกลาง	
- หนังสือพิมพ์	30 (7.5)	113 (28.3)	140 (35.0)	67 (16.8)	50 (12.5)	3.01	ปานกลาง	
- นิตยสาร	17 (4.3)	56 (14.0)	103 (25.8)	111 (27.8)	113 (28.3)	2.38	ปานกลาง	
จำนวนคนที่เปิดรับ	8 (2.0)	102 (25.5)	165 (41.3)	92 (23.3)	33 (8.3)	3.03	ปานกลาง	
สื่อบุคคล	บ่อยมาก (ทุกวัน)	บ่อย (3-4 ครั้งสัปดาห์)	บางครั้ง (1-2 ครั้ง สัปดาห์)	นาน ๆ ครั้ง (เดือนละ 1-2 ครั้ง)	ไม่เคยได้รับ			
- พ่อ / แม่	2 (0.5)	29 (7.3)	66 (16.5)	98 (24.5)	205 (51.3)	1.81	ต่ำ	
-ญาติพี่น้อง	11 (2.8)	40 (10.0)	66 (16.5)	136 (34.0)	147 (36.8)	2.08	ต่ำ	
-เพื่อนสนิท	13 (3.3)	46 (11.5)	98 (24.5)	108 (27.0)	135 (33.8)	2.23	ต่ำ	
-สามี / ภรรยา / แฟน	7 (1.8)	22 (5.5)	67 (16.8)	90 (22.5)	214 (53.5)	1.80	ต่ำ	
-ตัวแทนประกันชีวิต	28 (7.0)	72 (18.0)	73 (18.3)	119 (29.8)	108 (27.0)	2.48	ปานกลาง	
จำนวนคนที่เปิดรับ	1 (0.3)	23 (5.8)	104 (26.0)	135 (33.8)	137 (34.3)	2.08	ต่ำ	
สื่อเฉพาะกิจ	บ่อยมาก (>6 ครั้ง)	บ่อย (5-6 ครั้ง)	บางครั้ง (3-4 ครั้ง)	นาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง)	ไม่เคยได้รับ			
- นิทรรศการ	2 (0.5)	27 (6.8)	60 (15.0)	125 (31.3)	186 (46.5)	1.83	ต่ำ	
- ตลาดนัดแรงงาน	2 (0.5)	21 (5.3)	53 (13.3)	92 (23.0)	232 (58.0)	1.67	ต่ำ	
- บูธแสดงสินค้า	4 (1.0)	29 (7.3)	71 (17.8)	112 (28.0)	184 (46.0)	1.89	ต่ำ	
- ไปปลิ้ว	10 (2.5)	31 (7.8)	104 (26.0)	121 (30.3)	134 (33.5)	2.15	ต่ำ	
- แผ่นพับ / โบรชัวร์	11 (2.8)	43 (10.8)	99 (24.8)	128 (32.0)	119 (29.8)	2.25	ต่ำ	
- โปสเตอร์	10 (2.5)	51 (12.8)	103 (25.8)	107 (26.8)	129 (32.3)	2.26	ต่ำ	
- คัทเออร์	44 (11.0)	69 (17.3)	81 (20.3)	94 (23.5)	112 (28.)	2.60	ปานกลาง	
- อินเทอร์เน็ต	2 (0.5)	17 (4.3)	48 (12.0)	88 (22.0)	245 (61.3)	1.61	ต่ำ	
จำนวนคนที่เปิดรับ	1 (0.3)	10 (2.5)	99 (24.8)	142 (35.5)	148 (37.0)	2.03	ต่ำ	

จากตารางพบว่า ภาพรวมของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน นั้น อยู่ในระดับต่ำ

มีเพียงกาารเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่อยู่ในระดับปานกลางและมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็นบางครั้ง (3-4 ครั้ง / 3 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 41.3 โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับสูง และมีความถี่ในการเปิดรับในระดับบ่อยมาก (มากกว่า 6 ครั้ง / 3 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 36.8

สำหรับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับต่ำ และมีความถี่ในการเปิดรับนาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง / 3 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 33.8 โดยมีร้อยละ 34.3 ที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มีเพียงกาารเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตเท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง และมีความถี่ในการเปิดรับนาน ๆ ครั้ง (เดือนละ 1-2 ครั้ง) คิดเป็นร้อยละ 29.8

ส่วนกาารเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยมีความถี่ในการเปิดรับนาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง / 3 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 35.5 และร้อยละ 37.0 ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีเพียงกาารเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทคัทเอาท์เท่านั้นที่มีการเปิดรับอยู่ระดับปานกลาง และความถี่ในการเปิดรับถึงคิดเป็นร้อยละ 23.5 และมีถึงร้อยละ 28.0 ที่ไม่เคยเปิดรับจากสื่อประเภทนี้

ทั้งนี้กาารเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีต่ำกว่าสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต และตลาดนัดแรงงาน เป็นสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตต่ำกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ทั้งหมด

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประกันชีวิต

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็นต่อการประกันชีวิต					ค่าเฉลี่ย (Mean)	ทิศทางของทัศนคติ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	กลางๆ / ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1.บริษัทประกันชีวิตเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง	33 (8.3)	206 (51.5)	145 (36.3)	13 (3.3)	3 (0.8)	3.63	เป็นกลาง
2.บริษัทประกันชีวิตส่วนใหญ่มีบริการที่ดีและรวดเร็ว	20 (5.0)	148 (37.0)	173 (43.3)	50 (12.5)	9 (2.3)	3.30	เป็นกลาง
3.บริษัทประกันชีวิตเหมือนกับ สถาบันการเงินทั่วไปในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ไม่น่าไว้วางใจ	21 (5.3)	105 (26.3)	225 (56.3)	44 (11.0)	5 (1.3)	2.77	เป็นกลาง
4.ตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่มักเร่งเร้าให้ท่านซื้อประกันกับเขาโดยเร็ว	95 (23.8)	203 (50.8)	80 (20.0)	20 (5.0)	2 (0.5)	2.08	เชิงลบ
5.ตัวแทนประกันชีวิตพูดจาคล่องแคล่วมากเกินไปจนดูไม่น่าเชื่อถือ	44 (11.0)	178 (44.5)	130 (32.5)	45 (11.3)	3 (0.8)	2.46	เป็นกลาง
6.ตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่มีท่าทีเป็นมิตรยิ้มแย้มและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น	33 (8.3)	252 (63.0)	100 (25.0)	13 (3.3)	2 (0.5)	3.75	เชิงบวก
7.ตัวแทนประกันชีวิตพูดสิ่งที่ผลประโยชน์แก่ตัวท่านมิได้พูดเพื่อขายประกันชีวิตได้เท่านั้น	10 (2.5)	156 (39.0)	166 (41.5)	58 (14.5)	10 (2.5)	3.25	เป็นกลาง
8. ตัวแทนประกันชีวิตมักพูดเสนอข้อมูลที่เป็นจริง	28 (7.0)	148 (37.0)	167 (41.8)	53 (13.3)	4 (1.0)	2.64	เป็นกลาง
9.หลังจากขายประกันชีวิตได้ ตัวแทนมักบริการน้อยลง	74 (18.5)	157 (39.3)	137 (34.3)	31 (7.8)	1 (0.3)	2.32	เชิงลบ
10.การทำประกันชีวิตช่วยให้เราได้เก็บออมเงิน	39 (9.8)	228 (57.0)	106 (26.5)	25 (6.3)	2 (0.5)	3.69	เชิงบวก
11.การทำประกันชีวิตเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต	35 (8.8)	208 (52.0)	108 (27.0)	45 (11.3)	4 (1.0)	3.56	เป็นกลาง
12. การทำประกันชีวิตเป็นเรื่องที่เสียเวลา ุ่นวายและยุ่งยากมาก	26 (6.5)	52 (13.0)	173 (43.3)	134 (33.5)	15 (3.8)	3.15	เป็นกลาง
13.การทำประกันชีวิตเป็นเรื่องฟุ่มเฟือยไม่จำเป็น	35 (8.8)	55 (13.8)	149 (37.3)	145 (36.3)	16 (4.0)	3.13	เป็นกลาง
14.การทำประกันชีวิตต้องจ่ายเบี้ยประกันสูงมากแต่ไม่ค่อยได้ใช้บริการ	56 (14.0)	148 (37.0)	140 (35.0)	53 (13.3)	3 (0.8)	2.50	เป็นกลาง
15.แม้ว่าการทำประกันชีวิตต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันสูงแต่ความคุ้มครองมากมาย เมื่อครบสัญญาแล้วยังได้เงินก้อนคืน	40 (10.0)	197 (49.3)	144 (36.0)	16 (4.0)	3 (0.8)	3.64	เป็นกลาง

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็นต่อการประกันชีวิต					ค่าเฉลี่ย (Mean)	ทิศทางของทัศนคติ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	กลางๆ/ ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
16.การทำประกันชีวิตช่วยให้รู้สึกมั่นใจและสบายใจมากขึ้น	51 (12.8)	223 (55.8)	86 (21.5)	33 (8.3)	7 (1.8)	3.70	เชิงบวก
17.การทำประกันชีวิตเหมือนเป็นกลางทำให้อายุสั้น	4 (1.0)	16 (4.0)	33 (8.3)	182 (45.5)	165 (41.3)	4.22	เชิงบวก
18.คนที่ทำประกันชีวิตนับว่าเป็นคนที่ไม่ประมาทในการดำเนินชีวิต	55 (13.8)	211 (52.8)	91 (22.8)	39 (9.8)	4 (1.0)	3.69	เชิงบวก
19.การทำประกันชีวิตเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิตมาก	11 (2.8)	120 (30.0)	160 (40.0)	92 (23.0)	17 (4.3)	3.04	เป็นกลาง
20. การทำประกันชีวิตเป็นการลงทุนธุรกิจอย่างหนึ่ง	26 (6.5)	161 (40.3)	169 (42.3)	39 (9.8)	5 (1.3)	3.41	เป็นกลาง
Std Dev 0.40						3.20	เป็นกลาง

*N = 400

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลาง / ไม่แน่ใจต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวกับบริษัท ผลประโยชน์ และความคุ้มค่าของการทำประกันชีวิต

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด ยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เหลือมีทัศนคติต่อการประกันชีวิตเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ โดยเฉพาะทัศนคติในด้านความเชื่อดั้งเดิมที่มีต่อการประกันชีวิตนั้น กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวก นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นว่าการประกันชีวิตนั้นขัดกับความเชื่อของตนแต่อย่างใด ส่วนในด้านทัศนคติต่อตัวแทนประกันชีวิตนั้นกลุ่มตัวอย่างยังคงมีทัศนคติในเชิงลบค่อนข้างมาก

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ตามที่ตั้งไว้ โดยตามสมมติฐานข้อที่ 1, 2, 3 และ 4 ใช้สถิติแบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร (T-test) และการวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร (Analysis of Variance) ส่วนสมมติฐานข้อที่ 5 นั้นเป็นการทดสอบหาค่าของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐาน 1 การตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิต ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ต่างเพศกัน

เพศ	จำนวน	Mean	S.D.	t	P
1. ชาย	196	0.8367	0.897	2.21*	0.027
2. หญิง	204	0.6422	0.862		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการตารางพบว่า การตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างที่ต่างเพศกันนั้นพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่ต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่สูงกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 22 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิต ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

กลุ่มอายุ	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) 21-30 ปี	177	0.5424	0.897			(1)<(3)
(2) 31-40 ปี	158	0.7975	0.862			-
(3) 41-50 ปี	54	1.1481	0.9983	0.7027***	0.0001	(3)>(1)
(4) 51-60 ปี	11	1.0000	1.0000			-
รวม	400	0.7375	0.8835			-

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยกลุ่มที่มีอายุ 41-50 ปี มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงที่สุด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างในช่วงอายุที่ต่างกันทีละคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่ากลุ่มที่อายุ 21-30 ปี และกลุ่มที่อายุ 41-50 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มอายุที่อายุ 41-50 ปี จะมีลักษณะการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่ากลุ่มที่อายุ 21-30 ปี ส่วนกลุ่มที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ ที่เหลือนั้น มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิต ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่ได้เรียนหนังสืออย่างเป็นทางการ	6	0.3333	0.8165			
2. ประถมศึกษา	30	0.3667	0.6687			
3. มัธยมศึกษาตอนต้น	27	0.3333	0.6794			
4. มัธยมศึกษาตอนปลาย	26	0.6923	0.8376	0.2105**	0.0043	ไม่พบ
5. อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	78	0.8205	0.9080			
6. ปริญญาตรี	187	0.7647	0.8970			
7. สูงกว่าปริญญาตรี	46	1.0435	0.9179			
รวม	400	0.7375	0.8835			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางพบว่า การตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามลำดับ

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันทีละคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แต่ละกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกันั้น ไม่พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 24 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

สถานภาพสมรส	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. โสด	228	0.6404	0.8303			
2. สมรส	151	0.8543	0.9266	0.3585*	0.0358	ไม่พบ
3. หย่าร้าง/หม้าย	21	0.9524	1.0235			
รวม	400	0.7375	0.8835			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มผู้ที่มีสถานภาพสมรสเป็นหย่าร้าง/หม้ายมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มที่สมรสแล้ว และกลุ่มโสด ตามลำดับ

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกันในทีละคู่ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แล้ว ไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในการตัดสินใจทำประกันชีวิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีและไม่มีบุตร

การมีบุตร	จำนวน	Mean	S.D.	t	P
1. ไม่มี	261	0.6513	0.835	2.69**	0.007
2. มี	139	0.8993	0.950		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง พบว่าการตัดสินใจทำประกันชีวิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีและไม่มีบุตรนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มที่มีบุตรมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่าผู้ที่ไม่ได้มีบุตร

ตารางที่ 26 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนบุตรต่างกัน

จำนวนบุตร	จำนวน	Mean	S.D.	F	P
1. ไม่ตอบ	261	0.6513	0.8350		
2. มีบุตร 1-3 คน	128	0.8828	0.9608		
3. มีบุตร 4-6 คน	9	1.1111	0.9280	2.6028	0.0513
4. มีบุตร 7 คน	2	1.0000	0.0000		
รวม	400	0.7375	0.8835		

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนบุตรต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ากลุ่มผู้ที่มีบุตรมากและน้อยนั้นไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

สมมติฐาน 2 การตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
แตกต่างกันตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม

ตารางที่ 27 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการ
ตัดสินใจทำประกันชีวิตระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	27	0.1481	0.4560			(1)<(3),(4),(5)
(2) 5,001-15,000 บาท	206	0.5000	0.7571			(2)<(3),(4),(5)
(3) 15,001-25,000 บาท	96	1.0104	0.9118	8.701***	0.0000	(3)>(1),(2)
(4) 25,001-35,000 บาท	38	1.2105	0.9907			(4)>(1),(2)
(5) มากกว่า 35,000 บาท	33	1.3636	0.8594			(5)>(1),(2)
รวม	400	0.7375	0.8835			-

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางพบว่า การตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยกลุ่มที่มี
ระดับรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงที่สุด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าคู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ ได้แก่ 1) กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีการตัดสินใจทำประกันชีวิต
สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ตามลำดับ
2) กลุ่มที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,001-
15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ตามลำดับ 3) กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-
25,000 บาท มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มี
รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันชีวิต ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน

กลุ่มอาชีพ	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. ข้าราชการ	80	0.6375	0.8894			
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	80	0.8625	0.9379			
3. พนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน	80	0.9375	0.8619	0.0396*	0.0173	ไม่พบ
4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	80	0.7375	0.8381			
5. รับจ้างอิสระ	80	0.5125	0.8418			
รวม	400	0.7375	0.8835			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชนนั้นมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระนั้นมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตต่ำที่สุด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกันทีละคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่พบคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 29 แสดงค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจทำประกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันแตกต่างกัน

ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน	Mean	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	212	0.6179	0.8320			(1)<(3)
2. หัวหน้างานระดับต้น	43	0.9070	0.9210			(2)<(3)
3. หัวหน้างาน / ผู้บริหารระดับกลาง	32	1.5313	0.9153			(3)> (2),(4), (1),(5)
4. เจ้าของธุรกิจ / ผู้บริหารระดับสูง	87	0.7126	0.8478	0.8108***	0.0000	(4)<(3)
5. อื่นๆ	26	0.5385	0.8115			(5)<(3)
รวม	400	0.7375	0.8835			-

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตาราง แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยกลุ่มหัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากที่สุด ส่วนกลุ่มตำแหน่งอื่น ๆ นั้นมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตน้อยที่สุด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันที่ต่างกันทีละคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่ากลุ่มหัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง จะมีการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่มากกว่ากลุ่มหัวหน้างานระดับต้น มากกว่ากลุ่มเจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหารระดับสูง มากกว่ากลุ่มเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ และมากกว่ากลุ่มตำแหน่งอื่น ๆ

สมมติฐาน 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 30 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต	P
สื่อมวลชน	400	0.1894***	0.000
สื่อบุคคล	400	0.1306**	0.009
สื่อเฉพาะกิจ	400	0.1440**	0.004

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตาราง พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ส่วนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และจากค่าสหสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตแล้วนั้น สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่าสื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ

แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตมากก็จะมี การตัดสินใจทำประกันชีวิตมากด้วย แต่อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวข้างต้นนั้นจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐาน 4 ทักษะคิดต่อการประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
ทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 31 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดต่อการประกันชีวิตกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต
ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การตัดสินใจทำประกันชีวิต	P
ทักษะคิดต่อ การทำประกันชีวิต	400	0.4331***	0.000

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตาราง พบว่าทักษะคิดต่อการทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการ
ตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความ
สัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับปานกลาง นั้นแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะคิดที่ดีต่อการประกันชีวิตก็จะ
มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้วย

สมมติฐาน 5 ลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต ทักษะติดต่อการประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมด 17 ตัว เป็นตัวพยากรณ์ และใช้ในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวพยากรณ์	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบ		t	p
	คะแนนดิบ	คะแนนมาตรฐาน		
1. ทักษะติดต่อการประกันชีวิต	.8322	.3772	7.947	.0000
2. เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหารระดับสูง	.0837	.0391	.370	.7115
3. เพศ	.1564	.0886	1.995	.0468
4. ระดับตำแหน่งอื่นๆ	.0282	.0079	.158	.8748
5. สถานภาพสมรส	-.2029	-.1115	-1.142	.2541
6. หัวหน้างานระดับต้น	-.0254	-.0089	-.188	.8508
7. สื่อบุคคล	.0028	.0028	.052	.9585
8. พนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน	.1793	.0813	.712	.4768
9. หัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง	.4839	.1488	3.101	.0021
10. สื่อมวลชน	.0547	.0552	.954	.3409
11. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.0983	-.0446	-.387	.6989
12. ระดับการศึกษาสูงสุด	.0969	.1604	2.868	.0044
13. อายุ	.1949	.1744	3.172	.0016
14. รับจ้างอิสระ	-.1957	-.0887	-.871	.3841
15. สื่อเฉพาะกิจ	-.0154	-.0138	-.217	.8287
16. สถานภาพโสด	-.1478	-.0829	-.802	.4228
17. ข้าราชการ	-.1338	-.0607	-.522	.6019
ค่าคงที่	-2.8299		-6.292	.0000

R=.5564

R²=.3096 F=10.0758

(P<.01)

ผลจากการวิเคราะห์ตามตาราง เมื่อให้การตัดสินใจทำประกันชีวิตเป็นตัวแปรตาม พบว่ามีตัวแปรอิสระ 17 ตัว ที่สามารถร่วมอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ร้อยละ 30.96 โดยตัวแปรด้านทัศนคติต่อการประกันชีวิตสามารถอธิบายการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุด รองลงมาได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับตำแหน่งหัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง สถานภาพสมรส รับจ้างอิสระ เพศ สถานภาพโสด ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ถ้านับเฉพาะตัวแปรที่สามารถอธิบายการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั้นมีเพียงตัวแปร 4 ตัวแรก ที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้น ที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อค้นหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เมื่อให้การตัดสินใจทำประกันชีวิตเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูป		t	p
				คะแนนดิบ	คะแนนมาตรฐาน		
1.ทัศนคติต่อการประกันชีวิต	.4331	.1876	.1876	.9556	.4331	9.586	.0000
2.หัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง	.4832	.2335	.0459	.7018	.2158	4.874	.0000
3.ระดับการศึกษาสูงสุด	.5013	.2513	.0178	.8210	.1359	3.073	.0003
4. อายุ	.5241	.2747	.0234	.1816	.1625	3.572	.0004
5. พนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน	.5385	.2899	.0152	.2835	.1285	2.904	.0039
6. เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหารระดับสูง	.5449	.2969	.0070	.2009	.9394	1.975	.0490
ค่าคงที่				-3.0552		-8.919	.0000

F=27.6601

(P<.01)

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่ามีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียง 6 ตัวแปร โดยมีความสำคัญตามลำดับ คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหารระดับสูง ทัศนคติต่อการประกันชีวิต ระดับตำแหน่งหัวหน้างาน/ผู้บริหารระดับกลาง อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และ พนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน ซึ่งตัวแปรนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตในทางบวก

ซึ่งตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 29.7 ซึ่งนับว่าไม่สูงมากนัก และจะเห็นว่าเฉพาะตัวแปรทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตเพียงตัวเดียวก็สามารถอธิบายการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ถึงร้อยละ 18.76 ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งของที่อธิบายได้โดย 6 ตัวแปรร่วมกัน