

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทยเอกซ่ากับ  
ธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการ  
วิเคราะห์ นำเสนอด้วยตารางประกอบการบรรยายตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์แทนตัวแปรและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

N	แทน	ประชากร
n	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย Arithmetic mean
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation
R	แทน	ค่าที่แสดงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดกับตัวแปรตาม ซึ่งเรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์พหุคูณ Multiple Correlation Coefficient
$R^2$	แทน	ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม
$b_0$	แทน	ค่าคงที่ของการถดถอยพหุคูณในรูปของสมการตัวอย่าง
$b_i$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ
$\beta_i$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานแสดงถึงน้ำหนักของความสำคัญหรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีผลต่อตัวแปรตาม
df	แทน	ระดับความอิสระ Degrees of Freedom
F	แทน	ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
t	แทน	ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

*	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
R Square Adjusted	แทน	ค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว
Std. Error of Estimate	แทน	ค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม

### ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงเทพ แอชากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจ ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงเทพ แอชากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงเทพ แอชากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม รายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูล

ดังตาราง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	179	47.35
หญิง	199	52.65
<b>รวม</b>	<b>378</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ยังไม่มีอาชีพ	2	0.53
รับจ้างทั่วไป	18	4.76
เกษตรกร	8	2.12
ค้าขาย	24	6.35
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	309	81.75
ประกอบธุรกิจ	17	4.50
<b>รวม</b>	<b>378</b>	<b>100.00</b>
<b>การศึกษา</b>		
ป.6	4	1.06
ม.3/เทียบเท่า	10	2.65
ม.6 หรือเทียบเท่า	24	6.35
อนุปริญญา	34	8.99
ปริญญาตรี	246	65.08
ปริญญาโท	60	15.87
<b>รวม</b>	<b>378</b>	<b>100.00</b>
<b>ความหลากหลายของกิจกรรม</b>		
แบบตลอดชีวิต	245	64.81
แบบสะสมทรัพย์สิน	104	27.51
แบบชั่วคราวระยะเวลา	27	7.14
แบบเงินได้ประจำ	2	0.53
<b>รวม</b>	<b>378</b>	<b>100.00</b>

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการซื้อ		
ผ่านตัวแทน	154	40.74
ผ่านธนาคาร	224	59.26
รวม	378	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น หญิง จำนวน 199 คน (52.65%) ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 309 คน (81.75%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน (65.08%) ซื่อกรมธรรม์ เป็นแบบตลอดชีวิต จำนวน 245 คน (64.81%) โดยผ่านช่องทางการซื้อทั้งทางธนาคารและผ่านตัวแทน จำนวน 224 คน (59.26%)

ตารางที่ 3 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	Minimum	Maximum	$\bar{x}$	S.D.
อายุ	20	99	38.76	10.18
รายได้	900	205,000	25,324.71	26,371.70
หนี้สิน	-	4,000,000	563,741.11	787,988.59
สมาชิกในครัวเรือน	1	7	2.47	1.79

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุโดยเฉลี่ย 38.76 ปี (S.D.= 10.18) รายได้โดยเฉลี่ย 25,324.71 บาทต่อเดือน (S.D.= 26,371.70) มีหนี้สินโดยเฉลี่ย 563,741.11 บาท (S.D.=787,988.59) และมีสมาชิกในครัวเรือนที่รับผิดชอบโดยเฉลี่ย 2.47 คน (S.D.= 1.64)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย Arithmetic mean ทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน ดังตาราง

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน โดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	0.66	สูง
ด้านราคา	3.69	0.76	สูง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.88	0.76	สูง
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.55	0.79	สูง
ด้านบุคลากร	3.76	0.71	สูง
ด้านลักษณะคุณภาพ	3.72	0.71	สูง
ด้านกระบวนการ	3.75	0.77	สูง
ด้านกายภาพ	3.68	0.68	สูง
โดยรวม	3.73	0.73	สูง

จากตารางที่ 4 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกันพบว่า ทุกด้านผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.73$ ) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x} = 3.88$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.82$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{x} = 3.76$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{x} = 3.75$ ) ด้านลักษณะคุณภาพ ( $\bar{x} = 3.72$ ) ด้านราคา ( $\bar{x} = 3.69$ ) ด้านกายภาพ ( $\bar{x} = 3.68$ ) และ ด้านการส่งเสริมการขาย ( $\bar{x} = 3.55$ ) เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน รายข้อแต่ละด้าน

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. ชื่อเสียงของบริษัท	3.86	0.77	สูง
2. รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลาย (แบบตลอดชีวิต แบบสะสมทรัพย์ แบบชั่วครว แบบเงินได้ประจำ)	3.74	0.77	สูง
3. ระยะเวลาของกรมธรรม์ (ระยะเวลาการคุ้มครอง)	3.81	0.81	สูง
4. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์	3.87	0.83	สูง
5. เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์	3.80	0.86	สูง
รวม	3.82	0.66	สูง
<b>ด้านราคา</b>			
1. อัตราการชำระเบี้ยประกันมีความเหมาะสม	3.59	0.96	สูง
2. ผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับมีความคุ้มค่า	3.70	0.94	สูง
3. เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกัน (รายเดือน สามเดือน หกเดือน หรือ หนึ่งปี)	3.78	0.78	สูง
รวม	3.69	0.76	สูง
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
1. สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก	3.84	0.91	สูง
2. ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	3.93	0.83	สูง
3. สามารถติดต่อผ่านธนาคารกรุงไทยได้ทุกสาขา	3.87	0.88	สูง
รวม	3.88	0.76	สูง
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
1. มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.50	0.96	สูง
2. เห็นโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างต่อเนื่อง	3.56	0.94	สูง
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์	3.50	0.99	สูง
4. มีเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาข้อมูล	3.63	0.94	สูง

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
5. ท่านรู้จักกรุงเทพฯ เพราะการแนะนำจากญาติหรือคนสนิท	3.58	1.01	สูง
รวม	3.55	0.79	สูง
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1. บุคลากรมีความสุภาพอ่อนโยน	3.81	0.86	สูง
2. บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.86	0.89	สูง
3. มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน	3.65	0.86	สูง
4. บุคลากรมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	3.71	0.86	สูง
รวม	3.76	0.71	สูง
<b>ด้านลักษณะคุณภาพ</b>			
1. นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการของท่าน	3.71	0.90	สูง
2. ภาพลักษณ์, ความน่าเชื่อถือของคณะผู้บริหาร	3.69	0.88	สูง
3. เป็นบริษัทใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.75	0.83	สูง
4. ผลการดำเนินงานของบริษัทที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดี	3.73	0.86	สูง
5. เป็นบริษัทในเครือธนาคาร	3.70	0.83	สูง
รวม	3.72	0.71	สูง
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1. มีระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	3.72	0.84	สูง
2. มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง	3.82	0.83	สูง
3. มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกเรื่องค่า สินไหม	3.70	0.90	สูง
รวม	3.75	0.77	สูง
<b>ด้านกายภาพ</b>			
1. อาคารสถานที่หรูหราน่าเชื่อถือ	3.67	0.83	สูง
2. การประดับตกแต่งสถานที่สำนักงานเพิ่มความมั่นใจ	3.66	0.73	สูง
3. ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจนเข้าใจง่าย	3.63	0.83	สูง
4. แบบฟอร์มต่างๆที่ให้กรอกอ่านแล้วเข้าใจง่าย	3.69	0.82	สูง
5. มีเครื่องหมายคุณภาพของการให้บริการ	3.73	0.86	สูง
รวม	3.68	0.68	สูง

จากตารางที่ 5 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการทำธุรกิจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อประกัน ในแต่ละด้าน เป็นดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.82$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ ( $\bar{X}=3.87$ ) ชื่อเสียงของบริษัท ( $\bar{X}=3.86$ ) ระยะเวลาของกรมธรรม์ (ระยะเวลาการคุ้มครอง) ( $\bar{X}=3.81$ ) เงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์ ( $\bar{X}=3.80$ ) และรูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลาย (แบบตลอดชีวิต แบบสะสมทรัพย์ แบบชั่วคราว แบบเงินได้ประจำ) ( $\bar{X}=3.74$ ) ตามลำดับ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.69$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ เงื่อนไขการชำระเบี้ยประกัน (รายเดือน สามเดือน หกเดือน หรือ หนึ่งปี) ( $\bar{X}=3.78$ ) ผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับมีความคุ้มค่า ( $\bar{X}=3.70$ ) และ อัตราการชำระเบี้ยประกันมีความเหมาะสม ( $\bar{X}=3.59$ ) ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.88$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง ( $\bar{X}=3.93$ ) สามารถติดต่อผ่านธนาคารกรุงไทยได้ทุกสาขา ( $\bar{X}=3.87$ ) สามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก ( $\bar{X}=3.84$ )

**ด้านการส่งเสริมการขาย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.55$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาข้อมูล ( $\bar{X}=3.63$ ) ท่านรู้จักกรุงไทยแอกซ่า เพราะการแนะนำจากญาติหรือคนสนิท ( $\bar{X}=3.58$ ) เห็นโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}=3.56$ ) มีของที่ระลึกหรือของแถมเมื่อซื้อกรมธรรม์ ( $\bar{X}=3.50$ ) มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อกรมธรรม์ ( $\bar{X}=3.50$ )

**ด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.76$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ( $\bar{X}=3.86$ ) บุคลากรมีความสุภาพอ่อนโยน ( $\bar{X}=3.81$ ) บุคลากรมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ( $\bar{X}=3.71$ ) มีความรอบรู้ในงาน ให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน ( $\bar{X}=3.65$ )

**ด้านลักษณะคุณภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.72$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ เป็นบริษัทใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ( $\bar{X}=3.75$ ) ผลการดำเนินงานของบริษัทที่ท่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี ( $\bar{X}=3.73$ ) นโยบายของบริษัทตรงกับความต้องการของท่าน ( $\bar{X}=3.71$ ) เป็นบริษัทในเครือธนาคาร ( $\bar{X}=3.70$ ) ภาพลักษณ์, ความน่าเชื่อถือของคณะผู้บริหาร ( $\bar{X}=3.69$ )



ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.75$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วนและถูกต้อง ( $\bar{X}=3.82$ ) มีระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ( $\bar{X}=3.72$ ) มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในการเรียกร้องค่าสินไหม ( $\bar{X}=3.70$ )

ด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.68$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีเครื่องหมายคุณภาพของการให้บริการ ( $\bar{X}=3.73$ ) แบบฟอร์มต่างๆที่ให้กรอกอ่านแล้วเข้าใจง่าย ( $\bar{X}=3.69$ ) อาคารสถานที่หรือหน้าเชื่อถือ ( $\bar{X}=3.67$ ) การประดับตกแต่งสถานที่สำนักงานเพิ่มความมั่นใจ ( $\bar{X}=3.66$ ) ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจนเข้าใจง่าย ( $\bar{X}=3.63$ )

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ กรมธรรม์

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย Arithmetic mean ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย Arithmetic mean ทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน ดังตาราง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ รายด้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเหตุจูงใจในการซื้อกรมธรรม์	3.68	0.62	สูง
ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	3.54	0.70	สูง
ด้านการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ	3.45	0.70	สูง
ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.58	0.67	สูง
ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ	3.66	0.75	สูง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ทุกด้านในระดับสูง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านเหตุจูงใจในการซื้อกรมธรรม์ ( $\bar{X}=3.68$ ) ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ( $\bar{X}=3.66$ ) ด้านการตัดสินใจซื้อ ( $\bar{X}=3.58$ ) ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ ( $\bar{X}=3.54$ ) และ ด้านการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ ( $\bar{X}=3.45$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ รายข้อแต่ละด้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านเหตุจูงใจในการซื้อกรมธรรม์</b>			
1. ต้องการความมั่นคงให้กับตนเองในอนาคต	4.03	0.78	สูง
2. ต้องการความมั่นคงให้กับครอบครัวเนื่องจากมีความเสี่ยงในการประกอบอาชีพปัจจุบัน	3.94	0.88	สูง
3. ต้องการความคุ้มครองและรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย	3.87	0.94	สูง
4. ต้องการยกระดับฐานะทางสังคม	3.67	0.87	สูง
5. ต้องการเงินสะสมไว้หลังเกษียณ	3.87	0.90	สูง
6. ต้องการเงินได้ประจำหากไม่สามารถประกอบอาชีพได้	3.83	0.86	สูง
7. ทำประกันเพื่อช่วยญาติซึ่งเป็นตัวแทนขายประกัน	3.46	0.95	สูง
8. ต้องทำประกันเพราะมีหนี้สินจำนวนมาก	3.39	1.02	สูง
9. ต้องทำประกันเพราะถูกบังคับทางอ้อมเมื่อขอสินเชื่อจากธนาคาร	3.47	1.05	สูง
10. ต้องการทำเพราะเป็นประโยชน์จากกรมธรรม์ซึ่งญาติหรือคนรู้จักทำไว้แล้ว	3.46	0.96	สูง
11. ทำเพราะเป็นสวัสดิการที่หน่วยงานจัดให้	3.48	0.95	สูง
<b>รวม</b>	<b>3.68</b>	<b>0.62</b>	<b>สูง</b>
<b>ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ</b>			
1. ศึกษาข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ	3.53	0.91	สูง
2. ศึกษาข้อมูลจากข่าวสารและสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.58	0.89	สูง
3. ศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันที่เข้ามาชักชวน	3.55	0.91	สูง
4. ได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ประจำธนาคารที่ไปใช้บริการ	3.54	0.86	สูง
5. เข้าไปปรึกษาธนาคารที่ใช้บริการเพื่อตัดสินใจวางแผนทางการเงิน	3.51	0.90	สูง
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.70</b>	<b>สูง</b>
<b>ด้านการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ</b>			
1. ซื้อตามเพื่อนหรือญาติที่แนะนำ	3.36	0.95	ปานกลาง
2. ซื้อกับตัวแทนที่เสนอส่วนลดค่าเบี้ยประกันให้	3.31	1.00	ปานกลาง
3. ซื้อเพราะบริษัทอยู่ใกล้บ้าน	3.39	1.06	สูง

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
4. ซื้อเพราะมีกรรมธรรม์ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง	3.56	0.91	สูง
5. ซื้อเพราะตัวแทนเป็นญาติหรือเพื่อน	3.41	0.96	สูง
6. ซื้อผ่านธนาคารเพราะเชื่อมั่นในธนาคาร	3.69	0.89	สูง
รวม	3.45	0.70	สูง
<b>ด้านการตัดสินใจซื้อ</b>			
1. ซื้อเพราะต้องการทำประกัน	3.70	0.92	สูง
2. ซื้อเพราะเกรงใจผู้ขายประกัน	3.30	1.04	สูง
3. ซื้อเพราะเจ้าหน้าที่ธนาคารของให้ช่วยซื้อประกัน	3.43	1.03	สูง
4. ซื้อเพราะต้องการความมั่นคงกับตนเองและครอบครัว	3.79	0.91	สูง
5. ซื้อเพราะต้องการได้สินเชื่อ (กู้เงิน)	3.66	1.00	สูง
รวม	3.58	0.67	สูง
<b>ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ</b>			
1. มีความสบายใจและรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิต	3.86	0.85	สูง
2. มีความประทับใจในตัวแทนผู้ขายประกัน	3.71	0.86	สูง
3. มีความมั่นใจเมื่อซื้อผ่านธนาคาร	3.79	0.84	สูง
4. อยากแนะนำเพื่อนหรือญาติของตนให้มาซื้อกับบริษัทนี้	3.53	0.95	สูง
5. มีความต้องการซื้อกรรมธรรม์เพิ่มอีก	3.41	0.98	สูง
รวม	3.66	0.75	สูง

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านเหตุจูงใจในการซื้อกรรมธรรม์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{X}=3.68$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ต้องการความมั่นคงให้กับตนเองในอนาคต ( $\bar{X}=4.03$ ) ต้องการความมั่นคงให้กับครอบครัวเนื่องจากมีความเสี่ยงในการประกอบอาชีพปัจจุบัน ( $\bar{X}=3.94$ ) ต้องการความคุ้มครองและรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย ( $\bar{X}=3.87$ ) ต้องการเงินสะสมไว้หลังเกษียณ ( $\bar{X}=3.87$ ) ต้องการเงินได้ประจำหากไม่สามารถประกอบอาชีพได้ ( $\bar{X}=3.83$ ) ต้องการยกระดับฐานะทางสังคม ( $\bar{X}=3.67$ ) ทำเพราะเป็นสวัสดิการที่หน่วยงานจัดให้ ( $\bar{X}=3.48$ ) ต้องทำประกันเพราะถูกบังคับทางอ้อมเมื่อซื้อสินเชื่อจากธนาคาร ( $\bar{X}=3.47$ ) ต้องการทำเพราะเป็นประโยชน์จากกรรมธรรม์ซึ่งญาติหรือคนรู้จักทำ

ไว้แล้ว ( $\bar{x}=3.46$ ) ทำประกันเพื่อช่วยญาติซึ่งเป็นตัวแทนขายประกัน ( $\bar{x}=3.46$ ) ต้องทำประกัน เพราะมีหนี้สินจำนวนมาก ( $\bar{x}=3.39$ )

ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวม ในระดับสูง ( $\bar{x}=3.54$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปน้อย ดังนี้ ศึกษาข้อมูลจากข่าวสารและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ( $\bar{x}=3.58$ ) ศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกัน ที่เข้ามาชักชวน ( $\bar{x}=3.55$ ) ได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ประจำธนาคารที่ไปใช้บริการ ( $\bar{x}=3.54$ ) ศึกษา ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ ( $\bar{x}=3.53$ ) เข้าไปปรึกษาธนาคารที่ใช้บริการเพื่อตัดสินใจวางแผนทางการเงิน ( $\bar{x}=3.51$ )

ด้านการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวม ในระดับสูง ( $\bar{x}=3.45$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูง 4 ข้อ และ ระดับปานกลาง 2 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ชื้อผ่านธนาคารเพราะเชื่อมั่นในธนาคาร ( $\bar{x}=3.69$ ) ชื้อเพราะมีกรรมธรรม์ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง ( $\bar{x}=3.56$ ) ชื้อเพราะตัวแทนเป็นญาติหรือ เพื่อน ( $\bar{x}=3.41$ ) ชื้อเพราะบริษัทอยู่ใกล้บ้าน ( $\bar{x}=3.39$ ) ชื้อตามเพื่อนหรือญาติที่แนะนำ ( $\bar{x}=3.36$ ) ชื้อกับตัวแทนที่เสนอส่วนลดค่าเบี้ยประกันให้ ( $\bar{x}=3.31$ )

ด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{x}=3.58$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ชื้อเพราะ ต้องการความมั่นคงกับตนเองและครอบครัว ( $\bar{x}=3.79$ ) ชื้อเพราะต้องการทำประกัน ( $\bar{x}=3.70$ ) ชื้อเพราะต้องการได้สินเชื่อ (กู้เงิน) ( $\bar{x}=3.66$ ) ชื้อเพราะเจ้าหน้าที่ธนาคารของให้ช่วยซื้อประกัน ( $\bar{x}=3.43$ ) ชื้อเพราะเกรงใจผู้ขายประกัน ( $\bar{x}=3.30$ )

ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับสูง ( $\bar{x}=3.66$ ) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีความสบายใจและรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิต ( $\bar{x}=3.86$ ) มีความมั่นใจเมื่อซื้อผ่านธนาคาร ( $\bar{x}=3.79$ ) มีความประทับใจในตัวแทนผู้ขายประกัน ( $\bar{x}=3.71$ ) อยากแนะนำเพื่อนหรือญาติของตน ให้มาซื้อกับบริษัทนี้ ( $\bar{x}=3.53$ ) มีความต้องการซื้อกรรมธรรม์เพิ่มอีก ( $\bar{x}=3.41$ )

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรรมธรรม์บริษัทกรุงไทยเอกซ่ากับ ธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรรมธรรม์บริษัทกรุงไทยเอกซ่ากับ ธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regression Analysis ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดกระทำตัวแปร ดังนี้

1. กำหนดรหัสตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ โดยตัวแปรประเภทกลุ่ม Nominal scale และอันดับ Ordinal scale ให้เป็นตัวแปรหุ่น Dummy เป็น 0 และ 1 และทำการกำหนดรหัสเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงการกำหนดตัวแปร Nominal/Ordinal Scale เป็นตัวแปรหุ่น Dummy และ ตัวแปร Interval /Ratio Scale และรหัสตัวแปร

ประเภทตัวแปร	ประเภทตัวแปร	รหัสตัวแปร
เพศ	Nominal	x1
อายุ	Ratio Scale	x2
อาชีพ	Ordinal Scale	x3
การศึกษา	Ordinal Scale	x4
รายได้	Ratio Scale	x5
หนี้สิน	Ratio Scale	x6
สมาชิกในครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดู	Ratio Scale	x7
ความหลากหลายของกิจกรรม	Ratio Scale	x8
กิจกรรมที่ท่านมีชื่อผ่านทางผลิตภัณฑ์	Nominal	x9
ราคา	Interval	x10
ช่องทางการจัดจำหน่าย	Interval	x11
การส่งเสริมการขาย	Interval	x12
บุคลากร	Interval	x13
ลักษณะทางคุณภาพ	Interval	x14
กระบวนการ	Interval	x15
กายภาพ	Interval	x16
เหตุจูงใจในการซื้อ	Interval	x17
เหตุจูงใจในการซื้อ	Interval	x18
การศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	Interval	x19
การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ	Interval	x20
ด้านการตัดสินใจซื้อ	Interval	x21
ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ	Interval	x22
การซื้อ	Interval	Y

2. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษารายได้ หนี้สิน สมาชิกในครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดู กรรมธรรม์ที่มีอยู่ กรรมธรรม์ที่ท่านมีชื่อผ่านช่องทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางคุณภาพ กระบวนการ ภายนอก เหตุจูงใจในการซื้อกรรมธรรม์ การศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังซื้อ และการซื้อ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ Multiple Correlation Coefficients ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในรูปแบบของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ Correlation matrix ดังตารางที่ 9



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ Multiple Correlation Coefficients ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในรูปของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ Correlation matrix

Correlations																							
ตัวแปร	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	y
x1	r	.220**	.011	.169**	.055	.244**	.060	.005	.119*	.017	.032	.094	.014	.075	.066	.041	.070	.002	.045	.039	.088	.076	.038
x2	r	r	.019	.167**	.223**	.179**	.214**	.061	.065	.041	.074	.020	.073	.057	.128*	.128*	.063	.086	.024	.021	.051	.036	.154**
x3	r	r	r	.355**	.178**	.199**	.144**	.130*	.142**	.009	.013	.025	.022	.058	.072	.078	.022	.050	.002	.026	.003	.115*	.118*
x4	r	r	r	r	.097	.177**	.058	.142**	.094	.059	.095	.045	.088	.208**	.143**	.149**	.135**	.022	.060	.025	.008	.096	.111*
x5	r	r	r	r	r	.164**	.138**	.129*	.188**	.091	.053	.009	.078	.060	.085	.045	.075	.006	.053	.029	.057	.038	.142**
x6	r	r	r	r	r	r	.116*	.105*	.098	.013	.085	.028	.143**	.116*	.078	.048	.162**	.160**	.078	.199**	.122*	.213**	.105*
x7	r	r	r	r	r	r	r	.192**	.120*	.201**	.155**	.137**	.139**	.154**	.131*	.084	.089	.176**	.138**	.192**	.207**	.089	.232**
x8	r	r	r	r	r	r	r	r	.010	.134**	.029	.109*	.056	.096	.042	.085	.053	.089	.028	.011	.026	.094	.157**
x9	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.069	.082	.098	.108*	.098	.077	.104*	.053	.128*	.112*	.114*	.117*	.096	.072
x10	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.684**	.648**	.474**	.491**	.513**	.487**	.380**	.477**	.424**	.387**	.317**	.435**	.116*
x11	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.620**	.582**	.499**	.497**	.481**	.340**	.413**	.430**	.376**	.198**	.442**	.129*
x12	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.527**	.544**	.500**	.461**	.347**	.440**	.403**	.304**	.261**	.446**	.011
x13	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.688**	.563**	.563**	.562**	.632**	.587**	.663**	.487**	.615**	.138**
x14	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.742**	.749**	.694**	.607**	.561**	.537**	.424**	.702**	.106*
x15	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	r	.732**	.664**	.580**	.554**	.517**	.376**	.773**	.027

ตัวแปร	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	y
x16	r																	.667**	.549**	.553**	.495**	.387**	.733**
x17	r																	-	.565**	.560**	.536**	.451**	.670**
x18	r																		-	.649**	.652**	.562**	.614**
x19	r																			1-	.671**	.496**	.607**
x20	r																				-	.623**	.563**
x21	r																					-	.475**
x22	r																						-

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level 2tailed. And \* Correlation is significant at the 0.05 level 2tailed.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



จากตารางที่ 9 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ Multiple Correlation Coefficients ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ หนี้สิน สมาชิกในครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดู ธรรมเนียมที่มีอยู่ ธรรมเนียมที่ท่านมีชื่อผ่านช่องทาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางคุณภาพ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านเหตุจูงใจในการซื้อกรรมธรรม์ ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมการภายหลังซื้อ และการตัดสินใจซื้อ ซึ่งพบว่า ไม่มีตัวแปรพยากรณ์ ใดที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินกว่าข้อตกลง เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุกคู่มีค่าระหว่าง 0.116-0.749 โดย ตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร (X14) กับ ด้านกระบวนการ (X16) ( $r=0.749$ ) อย่างไรก็ตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  $r$  พบว่ามีค่าไม่เกินข้อตกลงของการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Multiple linear regression analysis ( $r < 0.80$ ) ตัวแปรทั้งหมดจึงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรรมธรรม์บริษัทกรุงเทพฯกับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

3. ทำการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกรรมธรรม์บริษัทกรุงเทพฯกับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร Stepwise Multiple linear regression ผลการวิเคราะห์ปรากฏ ดังตารางที่ 10 ตารางที่ 10 แสดงลำดับตัวแปรพยากรณ์ของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร Stepwise Multiple linear regression

ลำดับตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือก	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R Square	b	Beta	t	Sig.
ราคา (x11)	.370	.137	.130	.579	.288	4.956	.000*
สมาชิกในครัวเรือน (x7)	.232	.054	.051	.186	.217	4.394	.000*
การส่งเสริมการขาย (x10)	.396	.157	.148	.466	.240	3.336	.001*
การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ (x20)	.320	.102	.098	.362	.165	2.585	.010*
รายได้ (x5)	.412	.170	.159	6.195	.106	2.226	.027*
ความหลากหลายของกรรมธรรม์ (x8)	.425	.180	.167	.247	.105	2.161	.031*

Constant a=1.454, S.E.=.140, R=0.425, R<sup>2</sup>=0.180, F=13.598

\* หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า ตัวแปรที่ถูกนำเข้าไปในสมการพยากรณ์การซื้อกรมธรรม์บริษัท กรุงไทยแอกซ่ากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม คือ ราคา สมาชิกในครัวเรือน การส่งเสริม การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ รายได้ และ ความหลากหลายของกรมธรรม์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ 0.579, 0.186, 0.466, 0.362, 6.195 และ 0.247 ตามลำดับ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ 0.288, 0.217, 0.240, 0.165, 0.106 และ 0.105 ตามลำดับ ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทยแอกซ่ากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 18 ( $R^2=0.180$ ,  $F=16.59$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์การซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทยแอกซ่ากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.454 + 0.579 (\text{ราคา } X_{11}) + 0.186 (\text{สมาชิกในครัวเรือน } X_7) + 0.466 (\text{การส่งเสริม } X_{10}) + 0.362 (\text{การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ } X_{20}) + 6.195 (\text{รายได้ } X_5) + 0.247 (\text{ความหลากหลายของกรมธรรม์ } X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.425 + 0.288 (\text{ราคา } X_{11}) + 0.217 (\text{สมาชิกในครัวเรือน } x_7) + 0.240 (\text{การส่งเสริม } X_{10}) + 0.165 (\text{การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ } X_{20}) + 0.106 (\text{รายได้ } X_5) + 0.105 (\text{ความหลากหลายของกรมธรรม์ } X_5)$$

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทยแอกซ่ากับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

จากการตอบแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางาน พัฒนาตัวเอง หรือ พัฒนามหาวิทยาลัย ซึ่งมีผู้ตอบแบบปลายเปิดจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 378 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยการจัดกลุ่มประเด็นสำคัญ (Grouping) แล้วทำการใส่รหัสคำพูด (Coding) ถ้อยคำสำคัญ จากนั้นสรุปเรียบเรียงถ้อยคำใหม่ โดยการอธิบายขยายความ (Explanation) เพื่อให้เกิดความชัดเจน รายละเอียดได้เรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ดังนี้

ตารางที่ 11 ผลวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทยเอกซ่ากับ  
ธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
<b>ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อประกัน</b>	
1. การทำประกันกรมธรรม์แรก ตัวแทนที่ขายประกันควรเสนอ หรือให้ข้อคิดกับผู้ที่ซื้อประกันเรื่องควรทำเป็นประเภทของการคุ้มครองชีวิตเมื่อจากไปอย่างน้อยครอบคลุมของที่ยังพอที่จะตั้งหลักไปได้ชั่วระยะที่ยังดี	24
2. คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเห็นประโยชน์จากการประกันอาจจะคิดว่ามันจะใช้ได้ก็คือเสียชีวิตเท่านั้น (นั่นคือประกันแบบเก่า) ปัจจุบันนี้ประกันมีหลายอย่างแต่ละอย่างก็แตกต่างกันออกไป ถึงตรงนี้เป็นหน้าที่ของตัวแทนที่ต้องไปเสนอผลประโยชน์ให้กับผู้มุ่งหวังว่าทำแล้วจะเกิดประโยชน์อะไรอย่างไร	20
3. การทำประกันภัยเป็นการออมที่ได้ผลตอบแทนดีกว่าการฝากธนาคารไว้เพียงอย่างเดียว และได้ความคุ้มครอง แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ดีหรือคนที่มีการวางแผนชีวิต	18
4. คนขายประกันต้องผ่านด้านของความรู้ลึกของลูกค้ำที่ว่าประกันหลอกลวง ประกันเสียเงินฟรี ประกันไม่คุ้ม ประกันเอาเปรียบ ประกันไม่จริงใจ ประกันขาดทุน ประกันเกรงใจ ดังนั้นตัวแทนควรเป็นมืออาชีพ ไม่ใช่สักแต่ว่าเปิดการขาย ปิดการขาย ได้เบียดมาก ได้คุณวุฒิ ได้รางวัล คิดว่าตัวเองสำเร็จ	15
<b>ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายประกัน</b>	
1. ตัวแทนผู้ขายประกันควรให้คำแนะนำด้วยความสุจริต เป็นธรรม รวมทั้งใช้ความระมัดระวังเอาใจใส่ในการให้คำแนะนำ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ซื้อประกันเป็นสำคัญ	23
2. ผู้ขายประกันจะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงที่มีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ซื้อประกัน เช่น เปิดเผยให้ผู้ซื้อประกันทราบถึงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมหรือผลตอบแทนที่ตัวแทนอาจได้รับจากการซื้อกรมธรรม์	21
3. ผู้ขายไม่ควรแนะนำในเรื่องที่เกิดความเข้าใจผิด หรือให้คำแนะนำโดยมีเจตนาหลอกลวงผู้อื่น	12

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อกรมธรรม์บริษัทกรุงไทย แยกช้อกับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดมหาสารคาม พบว่า

1. ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อประกัน ได้แก่ (1) การทำประกันกรมธรรม์แรก ตัวแทนที่ขายประกันควรเสนอ หรือให้ข้อคิดกับผู้ที่ซื้อประกันเรื่องควรทำเป็นประเภทของการคุ้มครองชีวิตเมื่อจากไปอย่างน้อยครอบคลุมของที่ยังพอที่จะตั้งหลักไปได้ชักระยะที่ยังดี (2) คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเห็นประโยชน์จากการประกันอาจจะคิดว่ามันจะใช้ได้ก็คือเสียชีวิตเท่านั้น (นั่นคือประกันแบบเก่า) ปัจจุบันนี้ประกันมีหลายอย่างแต่ละอย่างก็แตกต่างกันออกไป ถึงตรงนี้เป็นหน้าที่ของตัวแทนที่ต้องไปเสนอผลประโยชน์ให้กับผู้มุ่งหวังว่าทำแล้วจะเกิดประโยชน์อะไรอย่างไร (3) การทำประกันภัยเป็นการออมที่ได้ผลตอบแทนดีกว่าการฝากธนาคารไว้เพียงอย่างเดียว และได้รับความคุ้มครอง แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ดีหรือคนที่มีการวางแผนชีวิต และ (4) คนขายประกันต้องผ่านด่านของความรู้สึกของลูกค้าที่ว่าประกันหลอกลวง ประกันเสียเงินฟรี ประกันไม่คุ้ม ประกันเอาเปรียบ ประกันไม่จริงใจ ประกันขาดทุน ประกันเกรงใจ ดังนั้นตัวแทนควรเป็นมืออาชีพ ไม่ใช่สักแต่ว่าเปิดการขาย ปิดการขาย ได้เบียดมาก ได้คุณวุฒิ ได้รางวัล คิดว่าตัวเองสำเร็จ

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายประกัน ได้แก่ (1) ตัวแทนผู้ขายประกันควรให้คำแนะนำด้วยความสุจริต เป็นธรรม รวมทั้งใช้ความระมัดระวังเอาใจใส่ในการให้คำแนะนำ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ซื้อประกันเป็นสำคัญ (2) ผู้ขายประกันจะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงที่มีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ซื้อประกัน เช่น เปิดเผยให้ผู้ซื้อประกันทราบถึงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมหรือผลตอบแทนที่ตัวแทนอาจได้รับจากการซื้อกรมธรรม์และ/หรือกองทุนรวม และ (3) ผู้ขายไม่ควรแนะนำในเรื่องที่เกิดความเข้าใจผิด หรือให้คำแนะนำโดยมีเจตนาหลอกลวงผู้อื่น