



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อประกันชีวิต

ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน () หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. 20 - 30 ปี () 2. 31 - 40 ปี
() 3. 41 - 50 ปี () 4. มากกว่า 51 ปี

3. อาชีพ

- () 1. พนักงานบริษัทเอกชน
() 2. รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ
() 3. เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ
() 4. นักเรียน นักศึกษา
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท () 2. 15,001- 30,000 บาท
() 3. 30,001 - 40,000 บาท () 4. 40,001 - 50,000 บาท
() 5. 50,001 - 60,000 บาท () 6. มากกว่า 60,000 บาท

5. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี
() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส
() 3. หย่าร้าง หม้าย () 4. แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 การสื่อสารการตลาดของตัวแทนประกันชีวิต

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียว

โดยในแต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสื่อสารการตลาดของตัวแทนประกันชีวิต		ระดับ				
		5	4	3	2	1
ด้านการโฆษณา						
1.	สามารถโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เพจเฟสบุ๊ค แอปพลิเคชัน ได้อย่างชัดเจน					
2.	สามารถโฆษณาให้ผู้บริโภคที่ซื้อประกันรับรู้และเข้าใจ ในประโยชน์ของการทำประกันชีวิต ผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	สามารถโฆษณาความแตกต่างระหว่างบริษัทประกันให้กับ ผู้บริโภค ผ่านทางช่องทางออนไลน์					
ด้านการส่งเสริมการขาย						
1.	มีโปรโมชั่นการผ่อนชำระประกันให้กับผู้บริโภค ผ่านทางช่องทางออนไลน์					
2.	มีการแถมของสมนาคุณให้กับผู้บริโภคที่ซื้อประกัน ผ่านทางช่องทางออนไลน์					
3.	มีการลดราคาประกันให้กับผู้บริโภคที่ซื้อประกัน ผ่านทางช่องทางออนไลน์					
ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย						
1.	พนักงานขายประกันสามารถแนะนำการซื้อขายประกัน ผ่านช่องทางออนไลน์ได้					
2.	พนักงานขายประกันสามารถจูงใจการซื้อขายประกัน ผ่านช่องทางออนไลน์ได้					

การสื่อสารการตลาดของตัวแทนประกันชีวิต		ระดับ				
		5	4	3	2	1
3.	พนักงานขายประกันสามารถเสนอเงื่อนไขพิเศษการซื้อขายประกันผ่านช่องทางออนไลน์ได้					
ด้านการประชาสัมพันธ์						
1.	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน					
2.	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล					
3.	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์					
ด้านการตลาดทางตรง						
1.	มีการส่งข้อความผ่านทางแอปพลิเคชันให้ผู้บริโภคโดยตรง					
2.	มีการส่งข้อความผ่านทางอีเมลส่วนบุคคลให้ผู้บริโภคโดยตรง					
3.	มีการส่งข้อความผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ผู้บริโภคโดยตรง					
ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม						
1.	มีการจัดกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชันให้ผู้บริโภคได้เข้าร่วม					
2.	มีการจัดกิจกรรมผ่านทางอีเมลให้ผู้บริโภคได้เข้าร่วม					
3.	มีการจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ผู้บริโภคได้เข้าร่วม					

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียว

โดยในแต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต		ระดับ				
		5	4	3	2	1
การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา						
1.	พนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประกันชีวิตได้อย่างถูกต้องและชัดเจน					
2.	ความยากง่ายในการซื้อประกันชีวิต					
3.	ประกันชีวิตมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับความต้องการ					
4.	ประกันชีวิตมีสิทธิประโยชน์ที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน					
5.	ช่องทางการซื้อประกันชีวิตมีความยากง่ายต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต					
การแสวงหาข้อมูล						
1.	มีการรับชมโฆษณาผ่านแอปพลิเคชัน					
2.	มีการรับชมโฆษณาผ่านอีเมล					
3.	มีการรับชมโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
4.	สอบถามบุคคลใกล้ชิดที่ท่านเชื่อถือ เช่น เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก หรือ บุคคลที่เคยซื้อประกันชีวิต					
5.	สืบค้นข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์					
การประเมินทางเลือก						
1.	การซื้อประกันชีวิตผ่านทางช่องทางออนไลน์มีความสะดวกกับผู้บริโภค					
2.	สามารถเลือกอัตราดอกเบี้ยได้ เมื่อซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	การให้ส่วนลดในกรณีซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
4.	มีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม เมื่อซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์					
5.	เมื่อสิ้นสุดกรมธรรม์ได้รับเงินคืน					
การตัดสินใจซื้อ						
1.	ความน่าเชื่อถือของประกันชีวิต ที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
2.	บริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ					

การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต		ระดับ				
		5	4	3	2	1
3.	สิทธิประโยชน์ของประกันชีวิต					
4.	ราคาประกันชีวิต มีความเหมาะสมกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ					
5.	เงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ความเหมาะสม มีความคุ้มค่า ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค					
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ						
1.	การให้ข้อมูลจากพนักงานขายผ่านช่องทางออนไลน์					
2.	การต้อนรับและบริการผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	การอำนวยความสะดวก ในการซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์					
4.	การบริการหลังการขาย					
5.	การรับประกันการคุ้มครองเป็นไปตามเงื่อนไขตามที่ตกลงกันไว้					
การแสวงหาข้อมูล						
1.	มีการรับชมโฆษณาผ่านแอปพลิเคชัน					
2.	มีการรับชมโฆษณาผ่านอีเมล					
3.	มีการรับชมโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
4.	สอบถามบุคคลใกล้ชิดที่ท่านเชื่อถือ เช่น เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก หรือ บุคคลที่เคยซื้อประกันชีวิต					
5.	สืบค้นข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์					
การประเมินทางเลือก						
1.	การซื้อประกันชีวิตผ่านทางช่องทางออนไลน์มีความสะดวกกับผู้บริโภค					
2.	สามารถเลือกอัตราดอกเบี้ยได้ เมื่อซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
4.	มีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม เมื่อซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์					

การตัดสินใจซื้อประกันชีวิต		ระดับ				
		5	4	3	2	1
5.	เมื่อสิ้นสุดกรมธรรม์ได้รับเงินคืน					
การตัดสินใจซื้อ						
1.	ความน่าเชื่อถือของประกันชีวิต ที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
2.	บริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ					
3.	สิทธิประโยชน์ของประกันชีวิต					
4.	ราคาประกันชีวิต มีความเหมาะสมกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ					
5.	เงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ความเหมาะสม มีความคุ้มค่า ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค					
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ						
1.	การให้ข้อมูลจากพนักงานขายผ่านช่องทางออนไลน์					
2.	การต้อนรับและบริการผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	การอำนวยความสะดวก ในการซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์					
4.	การบริการหลังการขาย					
5.	การรับประกันการคุ้มครองเป็นไปตามเงื่อนไขตามที่ตกลงกันได้					