

18202

ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)  
ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้า  
ประกันวินาศภัย

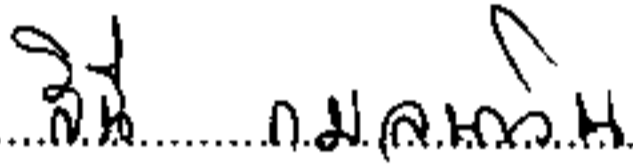
ชญญา สุฉายา

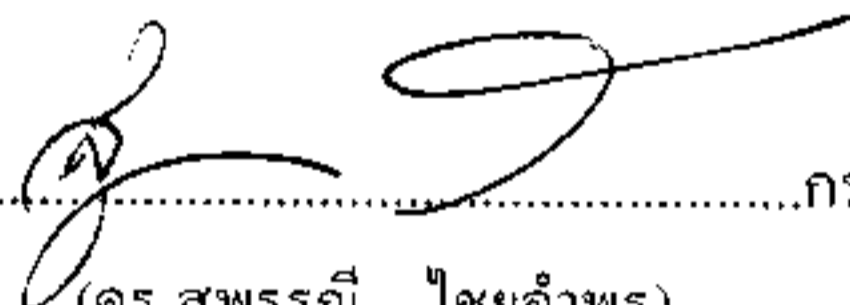
ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)  
คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
พ.ศ. 2549

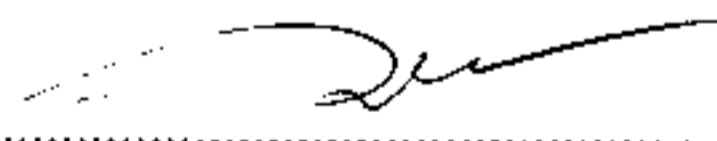
ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทน  
และนายหน้าประกันวินาศภัย

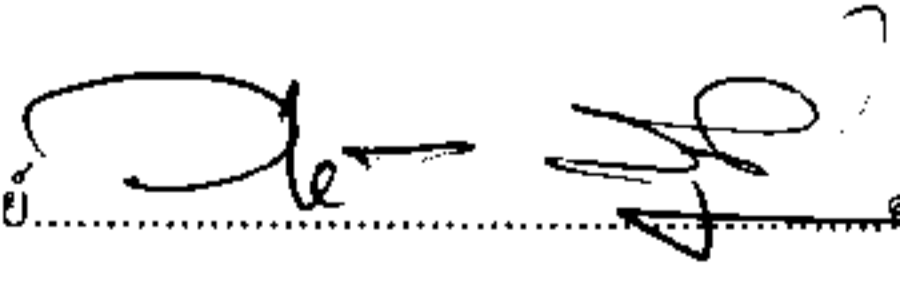
ธัญญา สุฉายา  
คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการสอบภาคนิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..........กรรมการ  
(สินี กมลนาวัน)

รองศาสตราจารย์..........กรรมการ  
(ดร.สุพรรณี ไชยอำพร)

อาจารย์..........กรรมการ  
(ประเสริฐ รักไทยดี)

อาจารย์..........คณบดี  
(วิชัย รูปจำดี)

วันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ.2549

## บทคัดย่อ

- ชื่อภาคนิพนธ์ : ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ใน  
ความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย
- ชื่อผู้เขียน : นางสาวธัญญา สุฉายา
- ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)
- ปีการศึกษา : 2549
- 

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-test และ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

### ผลการศึกษา พบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีสถานภาพสมรสแล้ว และได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย 1-3 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท
2. ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยมีการรับรู้ข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด
3. ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยในภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งด้านความมีชื่อเสียงที่ยาวนาน ด้านความมี

มาตรฐานและประสิทธิภาพของการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับ และด้านบทบาททางสังคม ตามลำดับ

4. ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย และการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์

#### ข้อเสนอแนะ

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงด้านการบริการ โดยมุ่งเน้นในด้านความรวดเร็ว และคุณภาพของงานบริการ และศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจในการรับบริการจากบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

## **ABSTRACT**

**Title of Research Paper :** Image of Bangkok Insurance (Public) Company Limited  
Perceived by Its Representatives and Brokers

**Author :** Miss Thanya Suchaya

**Degree :** Master of Arts ( Social Development)

**Year :** 2006

---

The purpose of the study was twofold : (1) to find out the image of Bangkok Insurance (Public) Company Limited as perceived by its representatives and brokers, and (2) to indicate the factors related to their perception of the company's image. The sample of this quantitative research consisted of its representative and brokers. A questionnaire was used as the research instrument. Percentage, mean and standard deviation were employed to describe the data and t-test and F-test to test the hypothesis.

The findings were summarized below :

1) General characteristic of the representatives and brokers. Most of them were males, aged 30-40. They had a Bachelor's degree and were married. They received a license for disaster insurance for 1-3 years and had an average monthly income of 20,000-40,000 baht.

2) The representatives and brokers received news and saw advertising about Bangkok Insurance (Public) Company Ltd. at a moderate level. The channel from which they saw its advertising was television.

3) The representatives and brokers perceived the company's image as good in terms of reputation, standard and service efficiency, trust, and social role, respectively.

4) The factors influencing the perception of the representatives and brokers were age, marital status, average monthly income, number of years after they received a disaster insurance license, and receiving related information from advertising.

**Recommendations :**

Bangkok Insurance (Public) Company Limited should improve its service in terms of speed and quality. It should conduct further research on advertising media because advertising can affect the company's image while the service quality can affect people's satisfaction.

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์เรื่อง ภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อมูล ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น กำลังใจ และสละเวลาเพื่อช่วยเหลือในการทำภาคนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินี กมลนาวัน ประธานที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ชี้แนะและตรวจสอบแก้ไขภาคนิพนธ์ทุกขั้นตอน และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ประเสริฐ รักไทยดี และรองศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณิ ไชยอำพร กรรมการสอบภาคนิพนธ์ ที่ได้ให้ความเมตตากรุณาช่วยตรวจสอบแก้ไขภาคนิพนธ์อย่างดียิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในคณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้ศึกษา รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมทุกท่าน ที่ให้ความเอื้อเฟื้อและอำนวยความสะดวกด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ นักศึกษาปริญญาโท คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร รุ่น 14 ทุกท่าน ที่ได้คำแนะนำ ปรึกษา ช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ตลอดระยะเวลาของการศึกษา

ขอขอบคุณตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาชิ้นนี้ที่ให้ข้อมูลที่เป็นจริง และเอื้อประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขงานของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ต่อไป

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติพี่น้องทุกคนที่ได้ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านกำลังใจและกำลังทรัพย์ ให้ผู้ศึกษาตลอดมาจนประสบความสำเร็จในครั้งนี้

คุณประโยชน์และความสำเร็จอันพึงได้จากภาคนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอบแต่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ธัญญา สุฉายา

ตุลาคม 2549

## สารบัญ 18202

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
ABSTRACT	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญแผนภูมิ	(11)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประกันวินาศภัย	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	33
2.4 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการรับรู้	36
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	37
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการ โฆษณาประชาสัมพันธ์	39
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
<b>บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา</b>	<b>47</b>
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	47
3.2 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	50
3.3 สมมติฐานในการศึกษา	51
3.4 วิธีการศึกษา	51
3.5 การกำหนดเกณฑ์ในกาวัดตัวแปร	53
3.6 การตรวจสอบเครื่องมือการศึกษา	54
3.7 การรวบรวมข้อมูล	55



	หน้า
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	55
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>56</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไป	56
4.2 การรับรู้ข่าวสารการ โฆษณาประชาสัมพันธ์	59
4.3 ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็น ของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย	60
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	69
4.5 ข้อเสนอแนะ	82
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>85</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา	85
5.2 การอภิปรายผล	86
5.3 ข้อเสนอแนะ	90
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>92</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>97</b>
<b>ภาคผนวก ก</b>	<b>98</b>
<b>ภาคผนวก ข</b>	<b>105</b>
<b>ประวัติผู้ทำภาคนิพนธ์</b>	<b>106</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
3.1	แสดงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา	52
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	57
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข่าวสารการโฆษณา ประชาสัมพันธ์จำแนกตามแหล่งข่าวสาร	59
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพ-ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย จำแนกตามองค์ประกอบของภาพลักษณ์	61
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพ-ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย จำแนกตามองค์ประกอบด้านความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับ	62
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพ-ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย จำแนกตามองค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียงที่ยาวนาน	63
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพ-ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย จำแนกตามองค์ประกอบด้านความมีมาตรฐานและประสิทธิภาพของการให้บริการ	65
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพ-ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย จำแนกตามองค์ประกอบด้านบทบาททางสังคม	68
4.8	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ	70
4.9	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD จำแนกตามอายุ	71

ตารางที่	หน้า
4.10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามอายุ	72
4.11 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD จำแนกตามสถานภาพสมรส	73
4.12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามสถานภาพสมรส	74
4.13 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามการศึกษาสูงสุด	75
4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามการศึกษาสูงสุด	75
4.15 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
4.16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
4.17 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามประเภทใบอนุญาตประกันภัย	78
4.18 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกัน วินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามระยะเวลาได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย	79

ตารางที่	หน้า
4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย	80
4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารการ โฆษณาประชาสัมพันธ์	81
4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารการ โฆษณาประชาสัมพันธ์	81
4.22 จำนวนและร้อยละของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่ให้ข้อเสนอแนะด้านบริการ	82
4.23 จำนวนและร้อยละของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่ให้ข้อเสนอแนะด้านสังคม	84

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
3.1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา	49