

การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

Endowment Insurance Buying Decision of Bachelor Student

ลักขณาภรณ์ ชนะสงคราม^{*}, ดร.ชัยรัตน์ สุริยะอาภา^{**}

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test, One-Way ANOVA และ Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์รายปี และเลือกทุนประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์จำนวน 100,001-200,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการและด้านส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้แนวโน้มการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และด้านการเลือกชำระเบี้ยประกัน แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

^{*} นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

^{**} อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

กัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ .05

Abstract

Endowment Insurance Buying Decision of Bachelor Student aim to study both with personal factors and Mix marketing factors that affected to Endowment Insurance Buying Decision of Bachelor Student in Bangkok. The population in this research is bachelor student who still studying in Bangkok there are 385 people. The instrument in this research is questionnaire. Data analysis with percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test, One-way Anova, and Regression Analysis.

The research result showed that almost of 385 samplings is male who has salary between 5,001-10,000 baht per month. Moreover, Almost of the sampling prefer to pay a year annual for Endowment Insurance and selected endowment life insurance premium between 100,000-200,000 baht. The factors that affected to Endowment Insurance Buying Decision in average is high level. When consider with each factor found that there are 7 factors in high level cover with Personal, product, Physical, price, Channel to contribution, process and marketing promotion. So that, Endowment Insurance Buying Decision of

Bachelor Student in Bangkok trend in the holistic is high level. For hypothesis test showed that personal factor of salary per month and insurance premium payment are difference that affected to Endowment Insurance Buying Decision of Bachelor Student in Bangkok are difference. Marketing mix factors cover with product, price, personal and physical are related with Endowment Insurance Buying Decision of Bachelor Student in Bangkok with significant at .05

บทนำ

ในสังคมการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันนี้ ต้องการจะมีชีวิตที่สมบูรณ์แบบ และมีชีวิตที่สุขสบายในการมีชีวิตที่สุขสบายก็ต้องมีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงในอนาคตซึ่งในการที่จะมีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนการการเงินที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความเปลี่ยนแปลงในสถานะเศรษฐกิจ การเงิน และสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอยู่เสมอ ยิ่งทำให้การวางแผนการเงินเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้เรารับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้ การวางแผนทางการเงินเพื่ออนาคตจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายในอนาคตว่า มีความจำเป็นจะต้องใช้เงินเพื่อวัตถุประสงค์ใด จำนวนประมาณเท่าไร เวลาไหนที่เราต้องใช้ในอนาคต เช่น วางแผนซื้อรถ ซื้อบ้าน ท่องเที่ยว ส่งลูกเรียนหนังสือ หรือใช้ในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจคาดไม่ถึง เป็นต้น เมื่อได้กำหนดเป้าหมายแล้วจะต้องมีการกำหนดยุทธวิธีว่าทำอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมายทางการเงินจนสามารถได้เงินจำนวนดังกล่าวมา ณ เวลาที่ต้องการ ยุทธวิธีในการออมเงินที่เวลานั้นก็มี

หลายวิธีด้วยกัน การเริ่มจากการวางแผนการออมเงิน ในครอบครัว การทำประกันชีวิต การลงทุน รวมทั้งการวางแผนประหยัดภาษีและวางแผนระยะยาวเพื่อการเกษียณ เป็นต้น

ในชีวิตของคนเรานั้นไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใดสิ่งที่คุณเราทุกคนนั้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เลยก็คือทุกคนต้องแก่เจ็บ ตาย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้นำมาซึ่งความวิตกกังวลใจ ในการดำรงชีวิต การประกันชีวิตจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่ช่วยบรรเทาหรือชดเชยความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนี้การทำประกันชีวิตก็เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่ช่วยจัดระเบียบในการใช้จ่ายเงิน เปรียบเสมือนเป็นการลงทุนระยะยาวเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างวินัยในการออม เพื่อใช้สำหรับเป้าหมายในอนาคตที่กำหนดขึ้นสำหรับแต่ละบุคคล นอกจากนี้การทำประกันชีวิตยังมีประโยชน์ในการสร้างหลักประกันทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว ดังนี้ ด้านการให้ความคุ้มครองการทำประกันชีวิต จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อน อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในครอบครัว เนื่องจากค่าใช้จ่ายของครอบครัวยังคงมีอยู่ เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร ค่าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ค่าใช้จ่ายในการศึกษาเล่าเรียนของบุตร เป็นต้น เงินจากการทำประกันชีวิต จึงสามารถนำมาชดเชยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ ด้านความมั่นคงการทำประกันชีวิตสามารถช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้แก่ผู้เอาประกันชีวิตได้ เช่น ในกรณีการเจ็บป่วย หรือการเกิดอุบัติเหตุ ผู้เอาประกันชีวิตก็สามารถมีรายได้ในยามเจ็บป่วยหรือกลายเป็นบุคคลทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงได้ หรือในกรณีการทำประกันชีวิตเพื่อเลี้ยงชีพยามชรา ผู้เอาประกันชีวิตก็สามารถมีรายได้เพื่อเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีวิตเช่นกัน ด้านการลงทุนการทำประกันชีวิต

เปรียบเสมือนเป็นการลงทุนซื้อหลักทรัพย์ชนิดหนึ่งเช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้ทำประกันชีวิตจะได้รับดอกผลเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงิน เพียงแต่มีวิธีการ เงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การประกันชีวิตแม้จะได้รับผลตอบแทนต่ำกว่าการลงทุนบางประเภท แต่ก็นับว่าเป็นรายได้ที่แน่นอนและเชื่อมั่นได้ว่าต้นทุนไม่สูญหายไปด้วย ด้านการออมการทำประกันชีวิตมีลักษณะคล้ายการออมแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการประกันชีวิตแบบตลอดชีพและสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันชีวิตจะต้องมีหน้าที่ในการจ่ายเบี้ยประกันชีวิตอย่างสม่ำเสมอ และหากผู้เอาประกันชีวิตไม่เสียชีวิตเมื่อครบระยะเวลาตามที่กรมธรรม์กำหนดไว้ ก็จะได้รับเงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย ถือได้ว่าเป็นการออมเพื่อไว้ใช้ในยามชรา หรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน นอกจากนี้การทำประกันชีวิตยังเป็นการสร้างค่านิยมให้คนรู้จักประหยัดและมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวอีกด้วย ด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเนื่องจากรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ที่ทำประกันชีวิตสามารถนำเบี้ยประกันชีวิตของบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ไปใช้เป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 50,000 บาท ทั้งนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น ด้านอื่น ๆ การทำประกันชีวิตสามารถใช้เพื่อเป็นเงินสำรองจ่ายยามฉุกเฉินเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป เนื่องจากจะมีมูลค่าเงินสด หากผู้เอาประกันมีความจำเป็น ทางการเงินก็สามารถขอกู้เงินตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไปใช้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำได้ จากประโยชน์มากมายดังกล่าวมานี้ทำให้คนมีความรู้ความ

เข้าใจในประโยชน์ของการทำประกันชีวิตมากขึ้นเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา ดังนั้นการทำประกันชีวิตถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนทางการเงิน เพราะช่วยสร้างความมั่นคงแน่นอนให้กับแผนการเงินของเราเอง เพราะหลักสำคัญคือ ความคุ้มครอง และยังถือว่าเป็นการออมทรัพย์อีกทางหนึ่งนอกจากนี้ยังมีประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วย

ปัจจุบันนี้มีสิ่งต่าง ๆ มาดึงดูดใจทำให้ต้องมีการจับจ่ายใช้สอย โดยไม่ทันคิดทั้งในเรื่องของวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี หรือทางด้านของเครื่องสำอาง หรือสิ่งต่างๆ ที่กระตุ้นให้เกิดความอยากซื้อของที่ไม่จำเป็นทำให้นักศึกษามีการใช้ชีวิตแบบฟุ่มเฟือย ใช้เงินโดยไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายของตนเอง ในแต่ละเดือนในการใช้ชีวิตของนักศึกษาจะไม่เหลือเงินไว้ออมหรือเพื่อเงินสำรองไว้เนื่องจากใช้เงินโดยไม่ได้คำนึงถึงอนาคตว่าจะมีเงินพอใช้หรือมีเงินเก็บหรือไม่ จึงทำให้ในแต่ละเดือนที่นักศึกษารับเงินมาจากครอบครัวนั้นไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายของตนเองเนื่องจากไม่ได้วางแผนการใช้จ่าย จึงทำให้ไม่ทราบรายละเอียดว่าได้ใช้จ่ายเงินไปกับอะไรบ้าง และใช้เงินไปโดยไม่มีเงินเหลือไว้สำหรับอนาคต ในการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นเครื่องมือช่วยในการวางแผนทางการเงินอีกทางเลือกหนึ่งที่ตอนนี้มีความน่าสนใจมาก เป็นการลงทุนที่ได้กำไรคืนมาคุ้มค่าเหมือนการยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว คือการที่ผู้ถือกรมธรรม์นั้นได้ทั้งการประกันชีวิตและได้เงินคืนเมื่อถือกรมธรรม์เมื่อครบตามสัญญา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าการตัดสินใจการออมเงินโดยการซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นอย่างไร โดยจะทำการศึกษาจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องของ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา การศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ Philip Kotler ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 385 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จะให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

ด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ มกราคม – เมษายน พ.ศ. 2559

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 385 คน ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ศึกษาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความ

สมบูรณ์ ครอบคลุมและสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ระบุสถิติที่ใช้เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่าง ๆ มีสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test (One-way ANOVA), Regression Analysis

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์รายปี และ เลือกทุนประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์จำนวน 100,001-200,000 บาท เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิด โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดโดยคำถามจะเน้นที่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ

รายได้ต่อเดือน การเลือกชำระเบี้ยประกันชีวิต การเลือกทุนประกันชีวิต มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ รูปแบบของคำถามนั้นเป็นคำถามปลายปิด เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับ 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 32 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 แนวโน้มการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี รูปแบบของคำถามนั้นเป็นคำถามปลายปิด เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับ 5 ระดับ (Rating Scale) พบว่าแนวโน้มการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอนี้ เป็นคำถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบ พร้อมทั้งอธิบายคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 ราย ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ศึกษาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อย เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ครอบคลุมและสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์รายปี และเลือกทุนประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์จำนวน 100,001-200,000 บาท **ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี** รายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ในองค์ประกอบปัจจัย 7 ด้าน มีระดับแนวโน้มในการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก 7 รายการ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในส่วนของเพศ ด้านการเลือกทุนประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน แต่สำหรับรายได้ต่อเดือน และการเลือกชำระเบี้ยประกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีผู้ศึกษามีรายละเอียดดังนี้ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกัน

ชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ โสมอุษา ชิดชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานครและศึกษาระดับของความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิดชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ด้านราคาผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิดชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับมากด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิดชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากด้านส่งเสริมการตลาดผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิดชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากด้านกระบวนการผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิตชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากด้านบุคลากรผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิตชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากและด้านลักษณะทางกายภาพผลการศึกษาพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมอุษา ชิตชนกนารถ (2552) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่าน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือและความมั่นคงของบริษัท มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการในเขตอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า บริษัทและตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเงื่อนไขการทำประกันชีวิตมีความชัดเจนไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนียา สอนวิจารณ์ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่า บุคลากรให้ความ

สนใจกับทุกด้านในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุดเงื่อนไขในการทำประกันชีวิตชัดเจน ด้านราคา คือ ราคากรมธรรม์มีความเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะดา วีระวัฒนาพงษ์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านตัวแทนขายประกันชีวิตมืออาชีพกรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพิษณุโลก พบว่า เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องมีการเปรียบเทียบราคาสินค้า และบริการกับคู่แข่งกันเพื่อหลีกเลี่ยงการเปรียบเทียบราคาของลูกค้าควรจะต้องปรับเปลี่ยนราคาใหม่มีความแตกต่างให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เพราะจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคากรมธรรม์เหมาะสมสูงสุด ด้านบุคลากร คือ ตัวแทนของบริษัทประกันชีวิตสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้แก่ลูกค้าได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดมาน ฮะบีบุรเราะห์มาน (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงเทพแอกซ่าจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ที่พบว่า ด้านการให้บริการของตัวแทนขายประกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 ด้านลักษณะทางกายภาพคือ โลโก้มีรูปทรงที่ง่ายต่อการจดจำมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกมล ศานติมงคลวิทย์ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า มี

ความสัมพันธ์กับการตัด สินใจเลือกซื้อกรรมธรรม์ ประกัน ชีวิตของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ได้นำมา เป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1. บริษัท ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการ บริหารงานสู่สายตาลูกค้ามากที่สุด และ เงื่อนไขการทำ ประกันชีวิตชัดเจน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้น ควรสร้าง เงื่อนไขกรรมธรรม์ที่ลูกค้าเข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากจนเกินไป
2. บริษัทควรให้ความสำคัญในด้านมีมาตรฐาน การกำหนดอัตราค่าเบี้ยประกันภัยและอัตราดอกเบี้ย

ของการผ่อนชำระเป็นรายงวด เหมาะสมการกำหนด อัตราเบี้ยประกันภัยกรมการประกันภัยกำหนดให้ใช้ เป็นแบบคงที่ตามที่ทางสมาคมประกันชีวิตได้กำหนดไว้

3. ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถเพิ่มมากขึ้น
4. บริษัทจึงควรออกแบบโลโก้บริษัทที่โดดเด่น มีลักษณะแตกต่างจากบริษัทอื่นอย่างชัดเจนเพื่อทำให้ ลูกค้าจดจำโลโก้บริษัทได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการเสริมสร้างแรงจูงใจให้นักกีฬา ยิงปืนในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกมล ศานติมงคลวิทย์. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ของผู้บริโภค วัยทำงานงานใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.** หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธนิยา สอนวนจิราณ์. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย.
- ปิยะดา วีระวัฒนาพงษ์. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิตมีอ อาชีพ กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพิษณุโลก.** สาขาวิชาการ บริหารเชิงกลยุทธ์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการในเขต อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่.** คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไสมอญา ชิตชนกนารถ. (2552). **ปัจจัยการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร.** ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ ภาควิชาโครงการ ปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร.

อุสมาน ฮะบีบุรเราะห์มาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทของไทย
นักศึกษาจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและ
ภาคเอกชน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Kotler, P. (2000). Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior
(The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.