

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

FACTORS AFFECTING PURCHASING OF ACCIDENTAL INSURANCE

DECISION IN BANGKOK AND VICINITY AREA

กานดา เย็นสมุทร

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanda Yensamut

E-mail: calender.poy@gamil.com

Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล 2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล 3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากร ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทำการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้สถิติแบบทดสอบ (t-test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีเพศสถานภาพ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขต กรุงเทพฯและปริมณฑลไม่ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขต กรุงเทพฯและปริมณฑลต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ABSTRACT

The objectives of this study were 1. To study the factors affecting the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and Vicinity Area 2. To study demographic factors That affects the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and Vicinity Area 3. To study the factors of Marketing Mix (7P's) that affect the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and Vicinity Area

The sample group used in this research is 400 people in Bangkok and Vicinity Area. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a

pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression.

The results of hypothesis testing showed that people in Bangkok and Vicinity Area. That has the difference of gender, status and educational levels, the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and its Vicinity are no different. The people in Bangkok and Vicinity Area has the difference of occupation and monthly, the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and Vicinity are different. Marketing Mix factors; Product, Place, Promotion, Physical, and Process affects the decision to buy personal accident insurance in Bangkok and its Vicinity.

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันนี้ จากการสำรวจของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่าประเทศไทยมีอัตราการเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุเพิ่มขึ้นทุกปี ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุจากจราจร อุบัติเหตุจากการพลัดตกหรือลื่น อุบัติเหตุการจมน้ำ ตกน้ำ อุบัติเหตุจากไฟและควันไฟ อุบัติเหตุจากสารพิษ เป็นต้น ซึ่งองค์การอนามัยโลก พร้อมผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทางถนน ร่วมแถลงข่าวรายงานสถานการณ์ความปลอดภัยทางถนน โลกปี 2018 ระบุว่า ประมาณการเสียชีวิตจากภัยบนท้องถนนของประเทศไทยปี 2561 อยู่ที่ 22,491 ราย คิดเป็น 32.7 คนต่อประชากร 1 แสนคน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวลดลงจากรายงานในปี 2558 ที่ประมาณการผู้เสียชีวิต 24,237 ราย คิดเป็น 36.2 คนต่อประชากร 1 แสนคน

โดยรายงานดังกล่าวรวบรวมจากฐานข้อมูล 3 แหล่งคือ ฐานข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และบริษัทกลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ ซึ่งหากเทียบกับปี 2558 จะเห็นว่า อัตราการเสียชีวิตจากภัยบนท้องถนนของไทยลดอันดับลงจากอันดับที่ 2 เป็นอันดับ 9 ในรายงานฉบับล่าสุด แต่ถึงอย่างนั้นการเสียชีวิตจากภัยบนท้องถนนของไทยก็ยังคงเป็นอันดับ 1 ในเอเชีย โดยเฉพาะสัดส่วนการเสียชีวิตจากเหตุที่เกิดกับรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย ซึ่งสูงเป็นอันดับ 3 ของโลกคือ 74.4% รองจาก Cook Island ที่มีสัดส่วนการเสียชีวิตจากรถจักรยานยนต์ 80% และ Maldives 75% ตามลำดับ ทั้งนี้ Cook Island มีจำนวนประชากรเพียง 17,379 คน และ Maldives มีประชากรเพียง 427,756 คน ซึ่งหากไม่นับ 2 ประเทศนี้ ไทยจะกลายเป็นประเทศที่มีสัดส่วนการเสียชีวิต

จากระดับยานยนต์มากเป็นอันดับ 1 ของโลก ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการทำประกันประเภทประกันอุบัติเหตุมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล เพื่อที่จะได้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคใน อันจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในในตลาดธุรกิจประกันภัย รวมถึงเพื่อผลกำไรในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรในการศึกษา คือ คนที่พักอาศัย ทำงาน เรียน อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane) โดยขนาดของกลุ่มประชากร คือ คนที่อาศัย ทำงาน เรียน อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 400 ตัวอย่าง

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยจะทำการศึกษถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังจากการซื้อ และศึกษาปัจจัยด้านประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึงศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

H1 : ประชากร ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลต่างกัน

H1.1 : ด้านเพศ เพศชายและเพศหญิงที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลต่างกัน

H1.2 : ด้านอายุ ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

H1.3 : ด้านสถานภาพ ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

H1.4 : ระดับการศึกษา ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

H1.5 : ด้านอาชีพ ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

H1.6 : ด้านรายได้เฉลี่ย ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

H2 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.1 : ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.2 : ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.3 : ด้านช่องทางการจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.4 : ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.5 : ด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.6 : ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

H2.7 : ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

2. ได้ศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

3. ได้ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุจินดา เขาวกุลพัฒนา (2560: 36) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากร ศาสตร์เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้าง ของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคล จากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือ บุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจาก ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ชิฟฟ์แมน และคานุก (2000 อ้างถึงใน อภัสรา โสวะภาพ, 2560) กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ และพฤติกรรมทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีระ คงคาวิฑูร (2558) ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินความสำคัญของพฤติกรรมความพึงพอใจและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อระดับความต้องการทำประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล กรณีผู้มีประกันภัยรถยนต์ ในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident Insurance) พบว่าการประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันภัยเฉพาะ

รายบุคคลในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยประสบอุบัติเหตุได้รับความบาดเจ็บทางร่างกายจนทำให้ต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลหรือหากรุนแรงถึงขั้นทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะหรือเสียชีวิต บริษัทประกันภัยจะเข้ามาชำระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการรักษาพยาบาลของผู้เอาประกันภัยหรือจ่ายค่าทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยตามความคุ้มครองและจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ได้ซื้อไว้ อาจเลือกซื้อแบบความคุ้มครองได้ 2 แบบ คือ

1. แบบ อบ.1 โดยจะมีความคุ้มครองให้ เลือกซื้อ 4 ความคุ้มครองได้แก่

- การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ/สาวยตา การทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง
- การทุพพลภาพชั่วคราวสิ้นเชิง
- การทุพพลภาพชั่วคราวบางส่วน
- การรักษาพยาบาล

2. แบบ อบ.2 มีความคุ้มครองให้เลือกซื้อ 7 ความคุ้มครอง โดย 4 ความคุ้มครองแรกเหมือนกับ ความคุ้มครองตามแบบ อบ.1 แต่จะเพิ่มอีก 3 ความคุ้มครอง ซึ่งก็คือ

- การสูญเสียนิ้ว
- การสูญเสียการรับฟังเสียง/การพูดออกเสียง
- การทุพพลภาพถาวรบางส่วน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านประชากร

1. เพศ (Sex)
2. อายุ (Age)
3. สถานภาพ (Status)
4. ระดับการศึกษา (Education)
5. อาชีพ (Career)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคคล (People)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการ (Process)

ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

มี 5 ด้านคือ

1. การตระหนักถึงปัญหา
2. การแสวงหาข้อมูล
3. การพิจารณาทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดการหรือการควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามานะ (Yamane) โดยเมื่อเปรียบเทียบตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามานะ (Yamane) แล้วโดยดูค่าตัวอย่างที่ไม่ทราบ จะสรุปว่า ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ผู้วิจัยทำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขและผ่านการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วไปดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเป็นกระดาษคำถาม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เพื่อแจกจ่ายให้กับประชาชนที่อาศัย เรียน ทำงาน อยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยการสุ่มแบบบังเอิญ หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ และคำนวณผล โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยขนาดประชากรมีจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงใช้ตารางสำเร็จรูปในการกำหนด ตัวอย่างของ Yamane (1973) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจะมีจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ตัวแปรอิสระ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านประชากร ซึ่งประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ในส่วนของตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

การทดสอบวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์ผลการตรวจสอบด้วยวิธีหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence : IOC) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาขั้นสุดท้าย แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อตรวจสอบเรื่องการใช้ภาษา และข้อความให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษา เมื่อผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามให้กลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยตรวจสอบจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) เลือกทดสอบหาค่าเฉพาะคำถามที่มีการวัดค่าเป็นระดับ (Scale) ซึ่งมี 2 ส่วน คือ ค่าความเชื่อมั่นส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.727, ด้านราคา เท่ากับ 0.879, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.720, ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เท่ากับ 0.863, ด้านบุคคล เท่ากับ 0.736, ด้านการลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ

0.752 และด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.814, และค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ด้านการรับรู้ปัญหา เท่ากับ 0.824, ด้านการแสวงหาความรู้ เท่ากับ 0.726, ด้านการพิจารณาทางเลือก เท่ากับ 0.842, ด้านการตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 0.780 และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ เท่ากับ 0.830

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม ทั้งหมด 2 แบบ คือ แบบสอบถามออนไลน์ Google form และแบบกระดาษคำตอบ ส่งให้ประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บลักษณะสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทำการเรียบเรียง และนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อหาสถิติ ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทำการทดสอบสมมุติฐานผู้วิจัยใช้สถิติแบบทดสอบ (t-test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้สถิติพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้าน

การรับรู้ปัญหา และด้าน พฤติกรรมหลังการซื้อ ให้ความสำคัญอยู่ระดับมาก ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านการแสวงหาข้อมูล

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 ประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีเพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลไม่ต่างกัน

2.2 ประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

3.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากงานวิจัยนี้ พบว่าปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านสถานภาพ และด้านระดับการศึกษา ทำให้การตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยรวมไม่ต่างกัน บริษัทประกันวินาศภัย อาจไม่ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยข้างต้นมากนัก แต่ไม่ใช่ไม่ให้ความสำคัญเลย เพราะประชากรกลุ่มตัวอย่าง อาจยังไม่กระจายเท่าที่ควร ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากการสังเกต หรือการสัมภาษณ์เพิ่มเติม และบริษัทประกันวินาศภัย ต้องบริหารจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อ ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลายยิ่งขึ้นควรขยายขอบเขตด้านประชากร ที่ใช้ในการศึกษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ประชากร ในเขตภาคหรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างทางสังคม ค่านิยม ความคิด ของ ประชากรที่ทำการศึกษา

3. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยด้านประชากร ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยรวมต่างกัน ดังนั้น แผนประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล เงื่อนไข ความคุ้มครอง ขั้นตอนในการทำประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ต้องไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย ทุนประกันต้องมีความเหมาะสมกับอัตราเบี้ย

ประกันและผลิตภัณฑ์ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ต้องมีความหลากหลาย ให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค เพื่อรองรับ ปัจจัยด้านประชากร ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

พีระ คงคาวิฑูร(2558). การประเมินความสำคัญของพฤติกรรม ความพึงพอใจ และการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อระดับความต้องการทำประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลกรณีผู้มีประกันภัยรถยนต์ ในจังหวัดนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระ วิชาการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สุจินดา เขาวกุลพัฒนา. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ของคนใน เขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อากัสรา โสวะภาพ. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้าน เคอ เคเค กาแฟ ของพนักงาน บริษัท ไทย เค เค อุตสาหกรรม จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.