

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
Satisfying the purchase of Covid-19 insurance of the population in Bangkok

ทรงศักดิ์ ชมบุญ

สาขาวิชาการเงินและธนาคาร คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Songsak Chomboon

E-mail: chomboon2525@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล(3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนกรุงเทพมหานครรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 แตกต่างกัน และคนกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ไม่ต่างกัน และพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความ

พึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

This research study The objectives are (1) to study the satisfaction in buying Covid-19 insurance of the population in Bangkok. (2) To study the satisfaction in buying Covid-19 insurance of population in Bangkok classified by personal factors (3) To study the behavior of purchasing Covid-19 insurance That affects the satisfaction in choosing to buy the Covid-19 insurance of the population in Bangkok.

The samples used in this research were 400 people by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using t-test statistics. One-Way ANOVA statistics. If the differences are found, they will be compared in pairs. By means of LSD and multiple regression statistics.

The hypothesis test found that Bangkok people, the average monthly income is different. Makes the satisfaction in choosing to buy Covid-19 insurance differently and Bangkok people Which have personal factors regarding gender, age, marital status The level of education makes the satisfaction in choosing Covid-19 insured different. And the behavior of buying insurance, Covid-19 That affects the satisfaction in choosing to buy the Covid-19 insurance. Of the population in Bangkok Coverage Image The distribution channel Affecting the satisfaction in choosing to buy the Covid-19 insurance of the population in Bangkok.

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา:

ประกันนับเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการบรรเทาความเสี่ยงให้กับผู้รับผลประโยชน์ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์แก่ผู้เอาประกัน ซึ่งผู้ที่ได้รับ ผลประโยชน์ก็คือ ผู้เอาประกัน หรือครอบครัวของผู้เอาประกัน ซึ่งจะช่วยลดภาระทางการเงิน ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วยที่ได้ผลกระทบกับเหตุการณ์ดังกล่าว

ดังนั้นเมื่อประเทศไทยประสบปัญหาเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลให้ประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรเป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศ ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ประชาชนรู้สึกเกิดความกลัวกับโรคระบาดโควิด-19 โดยการป้องกันความเสี่ยงกับชีวิต จึงหาวิธีในการป้องกันและลดภาระทางการเงิน โดยการซื้อประกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในศึกษาและนำผลการศึกษาไปเผยแพร่ให้ประชากรมีความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อประกันโควิด-19 เพื่อเป็นหลักประกันในการคุ้มครองการรักษาสุขภาพ และลดภาระทางการเงิน

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย:

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

3.ขอบเขตงานวิจัย:

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. ประชากรในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น เรียกว่า Non-Probability และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% ผู้วิจัยเลือกใช้ตารางสำเร็จรูปการกำหนดตัวอย่างของ Yamane (1973) เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร ดังนั้นขนาดตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน

2. การศึกษาค้างนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพการสมรส ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

และพฤติกรรมของการซื้อประกันประกันโควิด-19 พร้อมทั้งศึกษาแนวคิดความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

4. นิยามศัพท์เฉพาะ:

1. **การประกันชีวิต** คือ การชดเชยรายได้ที่ต้องสูญเสียไปอันเนื่องมาจากความตาย ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงหรือชราภาพ

2. **ผู้อุปประกันภัย** คือ บุคคลที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันชีวิต โดยอาศัยสาเหตุของการมีชีวิตหรือการตายเป็นเงื่อนไขในการจ่ายเงินประกันชีวิต

3. **ผู้รับผลประโยชน์** คือ บุคคลที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต ว่าจะเป็นผู้ได้รับเงินประกันชีวิตตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ผู้รับผลประโยชน์อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้อุปประกันภัยก็ได้

4. **ความคุ้มครอง** หมายถึง สัญญาซึ่งผู้รับประกันชีวิตตกลงจะใช้เงินจำนวนหนึ่งเมื่อมีเหตุในอนาคตดังระบุไว้ในสัญญา

5. **ภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน** หมายถึง องค์การที่อยู่ในความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชน

6. **ช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. เพื่อให้ทราบถึง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ทราบถึง พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ

-ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

-พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคุ้มครอง
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชากรที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครต่างกัน
2. พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ในด้านความคุ้มครอง ภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพการสมรส และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการสรุปผลโดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การออกแบบการวิจัย
2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ประการที่สอง เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการสมรส และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประการที่สาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) คือ วิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง โดย ผู้วิจัยไม่ได้กระทำการเปลี่ยนแปลง หรือควบคุมตัวแปรและเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมนั้น ๆ เพื่อดำเนินการศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติของการกระทำดังกล่าว โดย เป็นการวิจัยภาคสนามแบบตัดขวาง คือ การดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใด เวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว แล้วนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ ในการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เมื่อเก็บข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อ เก็บและรวบรวมข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับนัยสำคัญทาง สถิติอยู่ที่ระดับ 0.05

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงใช้การเปิดตารางขนาดกลุ่ม ตัวอย่างของ Yamane (1973) และใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาด คลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของการ

ศึกษาวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มเป็นแบบสะดวก ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ให้แก่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งหลังจากรวบรวมข้อมูล แล้วจึงได้นำ ข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าสถิติ ที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการ ทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้ สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานครในระดับ มาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.2 ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.3 ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.4 ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.5 ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครต่างกัน

3. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ด้านความคุ้มครอง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.595 อันดับแรกพบว่าท่านเลือกซื้อประกันโควิด-19 โดยเลือกจากความคุ้มครอง เจอ จ่าย จบ มีค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.720 อันดับที่สอง ท่านเลือกซื้อประกันโควิด-19 โดยเลือกจากค่าเบี้ยประกันเปรียบเทียบกับวงเงินคุ้มครองมีค่าเฉลี่ย 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.707 อันดับที่สาม ท่านเลือกซื้อประกันโควิด-19 โดยเลือกจากระยะเวลาในการคุ้มครองทันทีจากวันที่ทำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.777 และอันดับที่สี่ ท่านเลือกซื้อประกันโควิด-19 โดยเลือกจากการที่ประกันคุ้มครองในด้านการชดเชยรายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.886

3.2 ด้านภาพลักษณ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.803 อันดับแรกพบว่าเป็นบริษัทประกันที่มีชื่อเสียงมายาวนานมีค่าเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.696 อันดับที่สอง เป็นบริษัทที่ท่านพบเห็นจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์และสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.030 อันดับที่สาม เป็นบริษัทที่ร่วมทำประโยชน์ให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.031 อันดับที่สุด เป็นบริษัทที่ท่านเคยทำประกันมาก่อนมีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.206

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับไม่แน่ใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.950 อันดับแรกพบว่าคุณเลือกซื้อประกันโควิด-19 กับตัวแทนขายประกันมีค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.176 อันดับที่สอง ท่านซื้อประกันโควิด-19 จากสำนักงานบริษัทประกัน โดยตรงมีค่าเฉลี่ย 3.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.464 อันดับที่สาม ท่านซื้อประกันโควิด-19 โดยผ่านช่องทาง Application ของบริษัทประกันมีค่าเฉลี่ย 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.416 อันดับทีสี่ ท่านซื้อประกันโควิด-19 โดยผ่านช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส เช่น 7-11 มีค่าเฉลี่ย 2.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.298

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19ของประชากรในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านความคุ้มครอง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประชากรในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ด้านความคุ้มครอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (เจนเนตร หลงสกุล,2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสำคัญของความมั่นคงในชีวิต” พบว่า ส่วนใหญ่ตระหนักถึงความมั่นคงของชีวิต โดยพิจารณาจากการให้ ความคุ้มครองและเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ชีวิตของตนเองและครอบครัว จากการมองเห็นถึง การเป็นหลักประกันความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันภัย

1.2 ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประชากรในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ในด้านภาพลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด (สัมฤทธิ์ จำนงค์,2559) ได้ศึกษา “เรื่องภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าด้านความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการมีความ คิดเห็นต่อด้านเอกลักษณ์องค์กรมากที่สุด (แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์,2555) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ กรณีศึกษา : ธนาคารเกียรตินาคินสาขากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์ กับ การรับรู้คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรในกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์,มณีรัตน์ รัตนพันธ์,และจาริณี แซ่ว่อง,2562) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในจังหวัดสงขลา” พบว่า จุดอ่อน คือช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่หลากหลาย ช่องทาง

ออนไลน์ยังไม่มีความเด่นชัด (เฉลิมพล รัตนลาภ, 2558) ได้ศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มรังกนางแอ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มรังกนางแอ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับ เครื่องดื่มรังกนางแอ่นได้ง่าย

2. ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย จำนวน 400 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเพศชาย ร้อยละ 28.50 และเพศหญิง ร้อยละ 71.50 มีช่วงอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 32.30 สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 69.00 ซึ่ง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.80 ซึ่ง สอดคล้องกับ แนวคิด (ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง, 2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

3. ผลการวิจัยพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1. ด้านความคุ้มครอง ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (อรุณ วิสุทธิพัฒน์สกุล, 2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย” พบว่า ส่วนใหญ่มีการซื้อกรรมธรรม์ ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต เหตุผลที่ซื้อ คือ เพื่อเป็นหลักประกันให้กับครอบครัว ด้วยแบบ ประกัน คือแบบคุ้มครองชีวิต (รายได้) ในวงเงินทุนประกันระหว่าง 100,000 – 500,000 บาท และ ตนเองมีส่วนในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

3.2 ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกัน ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (แสงเดือน วิษิตดำรงศักดิ์, 2555) การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ:กรณีศึกษาธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์ กับการรับรู้คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างสูง

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า พฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง

,2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า การซื้อกรมธรรม์ ส่วนใหญ่จะซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษารุ่นนี้มีการเปรียบเทียบเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษา เปรียบเทียบด้านอื่นๆ ด้วย เช่น อาชีพ ประชากรที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกัน ด้านความคุ้มครอง ด้านสภาพลักษณะ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด การซื้อประกันออนไลน์ผ่าน Application เพื่อศึกษาการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยการวิจัยอาจใช้ทฤษฎีทางการตลาด หรือวิจัยเกี่ยวกับช่องทางผู้บริโภคต้องการซื้อประกันในยุคการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการซื้อประกันของผู้บริโภคในอนาคต และควรให้มีการนำ สถิติอื่นมาใช้ในการวิเคราะห์ที่นอกเหนือจากที่ใช้วิเคราะห์ผลในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายแตกต่างก่อให้เกิดความ น่าสนใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลภัทร นิยมนา. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- กรรณิการ์ ศรีพรหม. (2548). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของประชาชนในกิ่งอำเภอดอยหลวงจังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.**
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 31.**
- จิรพงษ์ พงษ์เกษมสมบัติ. (2548). **ปัจจัยส่วนบุคคลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การวัด และประเมินผลการศึกษา), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- ณัตตดา สงวนพวก. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค**

อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี. ค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจ. ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิตสาขาวิชา การบริหารจัดการภาครัฐ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระ
นคร.

ธรรมธีรราชพินิตา พุดหมื่น. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

ปัญจมา แจ่มสุวรรณ. (2553). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงาน
บริษัท เอ็นพีซีเซฟตี้แอนด์เอ็นไวรอนเมนทอลเซอร์วิส จำกัด.** วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัย.

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสม
ทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไพลิน โพธิ์ม่วง. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรมธรรม์ประกัน
ชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2561). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่าน
ช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่างประเทศไทย,** วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

วันนัชท์ วงศ์วิรัชจิต. (2559). **ความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานคร.** ค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2555) **การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ:กรณีศึกษาธนาคาร
เกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี