

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE COVID-19 INSURANCE
OF THE POPULATION IN BANGKOK

สิบเอกหญิง นนทิรัตน์ บำรุงฤทธิ์¹ และ ดร.บุฏกา ปันจุมอัมพร²
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง¹
อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง²
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sergeant Nonthirat Bamroongrit and Dr. Butaga Punturaumporn

Email: Nonthirat_non@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University

Corresponding authors

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test (Independent) สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลวิจัยยังพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.393) ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.497) และการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.493)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.193 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 19.3 และปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.488 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการตัดสินใจ มีผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 48.8 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีจำนวน 4 ด้าน คือ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านตัวแทนประกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19, ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ, การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19

Abstract

The purpose of this study were 1) to study the decision to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok 2) to study the decision to purchase of COVID-19 insurance of the population in Bangkok, classified according to personal factors 3) to study attitudes towards the COVID-19 situation affecting the decision to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok 4) to study Factors affecting purchase decisions to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok

The sample group in this research were population in Bangkok, quantity 400 persons using a questionnaire as tool for collecting information. The statistics used in the data analysis were frequency values, percentage values. Mean and Standard Deviation. The hypothesis was tested with t-test statistics, variance statistics. One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The hypothesis testing results showed that most of the samples were female, aged 21 - 30 years, single, bachelor's degree, monthly income in the range of 15,000 - 30,000 baht, and working as employees of private companies. The results showed level of opinion on attitudes towards the COVID-19 situation ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.393), factors for decision to purchase ($\bar{X} = 4.49$, S.D.= 0.497) and decision to purchase insurance COVID-19 of population in Bangkok ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.493)

The results of the study were. attitudes towards the situation of COVID-19 had a statistically significant effect on the decision to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok at the 0.05 level with the predictive coefficient (R^2) of 0.193, indicating that the independent variable was the attitude towards the situation of COVID-19 affecting the dependent variable, the decision to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok by 19.3% and Factors of purchase decisions with affect the decision to purchase COVID-19 insurance of population in Bangkok was statistically significant at the 0.05 level with predictive coefficient (R^2) of 0.488, indicating that the independent variables affect decision along population in Bangkok by 48.8%. When considering each aspect, it was found that there were 4 aspects, namely the insurance company aspect, the policy channel aspect. distribution and insurance agents affect the decision to purchase COVID-19 insurance of the population in Bangkok

Keywords: Attitudes to the COVID-19 situation, Factors of purchase decisions, Decision to purchase COVID-19 insurance

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ในประเทศไทยที่ทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่องและส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนโดยรวมทั้งประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมไปถึงรายได้ ทำให้ภาพรวมความเสี่ยงของธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงธุรกิจประกันภัยมีความเสี่ยงเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม จากความตื่นตัวของประชาชนที่สูงขึ้นตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก จึงถือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจประกันภัยในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในช่วงเวลาที่เหมาะสมอย่างผลิตภัณฑ์ประกันภัย COVID-19 ที่ได้รับการตอบรับจากประชาชนเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลา 2 เดือน ที่ผ่านมา นับเป็นการสร้างสถิติใหม่ในด้านจำนวนลูกค้าที่สนใจและซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัย COVID-19 ผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของบริษัทประกันภัย นับเป็นปัจจัยบวกที่จำกัดต่อภาพรวมของธุรกิจประกันภัยทั้งในมิติของเบี้ยประกันภัยรับ รวมถึงมีส่วนช่วยขยายฐานผู้เอาประกันภัยรายย่อยให้เพิ่มสูงขึ้น จากการสร้างความคุ้นเคยต่อการซื้อประกันภัย รายย่อยผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น เพื่อให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมรองรับสังคมที่จะก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ดังนั้น จากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เข้าสู่ระลอกที่ 3 ของประเทศไทยที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นและมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ประชาชนเกิดความหวาดกลัวของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้การตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เป็นอีกทางเลือกที่ช่วยป้องกันความเสี่ยงและลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 และนำผลการศึกษาไปเผยแพร่ให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในการเลือกซื้อประกัน COVID-19 เพื่อจะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมกับความต้องการ ตามกรรมธรรม์ที่ได้เลือกซื้อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งออกได้ดังนี้

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ
- ทักษะคิดต่อสถานการณ์ COVID-19
- ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ บริษัทประกัน ธรรมเนียม เบี้ยประกัน ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตัวแทนประกัน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2.ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ในครั้งนี้ ได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2564 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. นำผลวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยได้ทราบความต้องการของผู้บริโภค และนำข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้ตารางแสดง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.1 ค่าร้อยละ ใช้อธิบาย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน อาชีพ

1.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบาย

1) ทักษะติดต่อสถานการณ์ COVID-19

2) ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านเบี้ยประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวแทนประกัน

3) การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ ทดสอบสมมติฐาน t-test (Independent), One-Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

2.1 เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test (Independent)

2.2 อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA

2.3 ทักษะติดต่อสถานการณ์ COVID-19, ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านเบี้ยประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวแทนประกัน และการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวนที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตาราง ของ Yamane (1973) โดยที่ กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ยอมรับได้ ที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด และการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (การสุ่มแบบสะดวก) โดยทำการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ว่าแบบสอบถามใช้ภาษาและความเหมาะสมของคำถาม หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ของ การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 เท่ากับ 0.935 ทศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 เท่ากับ 0.820 ปัจจัยการตัดสินใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ประกอบด้วย ด้านบริษัทประกัน เท่ากับ 0.829 ด้านกรมธรรม์ เท่ากับ 0.884 ด้านเบี้ยประกัน เท่ากับ 0.917 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.878 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.850 ด้านตัวแทนประกัน เท่ากับ 0.899

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบอาชีพ แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ทศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านเบี้ยประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวแทนประกัน โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญมาก สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มี 4 ด้าน คือ ด้านกรมธรรม์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบริษัทประกัน ด้านตัวแทนประกัน เรียงตามลำดับ

4.2 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มี 2 ด้าน คือ ด้านเบี้ยประกัน และด้านส่งเสริมทางการตลาด

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกที่ 3 ของประเทศไทย ในช่วงต้นเดือน เม.ย.64 ทำให้มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และยังพบเชื้อไวรัสโคโรนาหลายพันธุ์ สายพันธุ์ใหม่ เช่น สายพันธุ์เดลต้า ที่มีความรุนแรงมากกว่าสายพันธุ์เดิม ประชาชนเกิดความหวาดกลัวทำให้ตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ พิรญา นิษานนท์ (2563) กล่าวว่า ประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) เนื่องจากเป็นช่วงที่เกิดการระบาดของโรค และสอดคล้องแนวคิดของ ปรมาศิริ มโนลม้าย (2564) กล่าวว่า การกลับมาแพร่ระบาด COVID-19 ระลอกใหม่ ทำให้มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลาอันสั้น ส่งผลให้ประชาชนตื่นตัวทำประกัน COVID-19 เพิ่มขึ้น ทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าที่มาต่ออายุ บริษัทจึงนำเสนอความคุ้มครองที่หลากหลายให้เลือกมากขึ้นทั้งแบบ เจอจ่ายจบ ค่ารักษาพยาบาล เงินชดเชยรายได้ และอาการแพ้วัคซีน COVID-19 และเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ลูกค้าสามารถซื้อได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ซึ่งเชื่อว่าเทรนด์การซื้อประกันด้วยตนเองจากแอปพลิเคชันจะเพิ่มขึ้น เพราะนอกจากจะช่วยเพิ่มความอุ่นใจในค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้น ยังช่วยให้ลูกค้าได้รับความคุ้มครองได้ง่ายๆ

2. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล มีเพศ แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เพราะไม่ว่าจะเพศไหนการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ก็ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิซานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีเพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ต่างกัน ซึ่งเพศที่แตกต่างกันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล มีอายุ แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีช่วงอายุที่แตกต่างกันออกไป แต่ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เพราะการซื้อประกัน COVID-19 สามารถซื้อได้ตั้งแต่อายุ 1-99 ปี ทำให้เห็นว่าไม่ว่าจะอายุเท่าไร การตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ก็ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิซานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีอายุที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ไม่ต่างกัน ซึ่งอายุที่แตกต่างกันไม่ใช่อันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล มีสถานภาพ แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เพราะไม่ว่าจะสถานภาพไหนการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ก็ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิซานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีสถานะภาพที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ไม่ต่างกัน ซึ่งสถานภาพที่แตกต่างกันไม่ใช่อันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

2.4 ปัจจัยส่วนบุคคล มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19

เพราะไม่ว่าจะระดับการศึกษาไหนการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ก็ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิษานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ไม่ต่างกัน ซึ่งระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

2.5 ปัจจัยส่วนบุคคล มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เพราะไม่ว่าจะรายได้ต่อเดือนเท่าไร การตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ก็ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิษานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ไม่ต่างกัน ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

2.6 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบอาชีพ แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีอาชีพแตกต่างกัน เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 เพราะว่าแต่ละอาชีพมีการทำงานที่ไม่เหมือนกัน และมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ COVID-19 ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา นิษานนท์ (2563) กล่าวว่า การที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีอาชีพที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ไม่ต่างกัน ซึ่งอาชีพที่แตกต่างกันไม่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ

3. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อสถานการณ์ COVID-19 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมาก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้ข่าวสารถึงอาการ ความรุนแรง วิธีการป้องกัน และจำนวนผู้ติดเชื้อ และเสียชีวิต จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 และมีความกังวลจากค่าใช้จ่ายต่างๆ การหาวิธีป้องกันการติดเชื้อ และการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ประชาชนสนใจที่จะซื้อประกัน COVID-19 มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สาธิต บวรสันติสุทธิ (2563) กล่าวว่า ประกัน COVID-19 เป็นประกันที่คุ้มครองชีวิตและค่ารักษาพยาบาลของคนติดเชื้อ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และจำนวน

ผู้เสียชีวิตที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้คนไทยหวาดกลัวและสนใจทำประกัน COVID-19 มากขึ้น

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านเบี้ยประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวแทนประกัน โดยภาพรวม มีระดับสำคัญมาก สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านบริษัทประกัน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านบริษัทประกัน เพราะต้องการซื้อประกัน COVID-19 กับบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ มีความมั่นคงทางสถานะการเงิน ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จาตุรงค์ สุริวณิช (2563) กล่าวว่า ความมีชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท, มีความทันสมัยในเทคโนโลยีด้านต่างๆ, เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป, ดำเนินงานด้วยความ โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลมีความชัดเจน และมีตัวแทนและสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านกรมธรรม์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านกรมธรรม์ เพราะต้องการรูปแบบกรมธรรม์ที่ตอบสามารถตอบสนองความต้องการได้ มีความคุ้มครองและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเหมาะสม ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิตา นนทพันธ์ (2559) กล่าวว่า ประชากรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากซึ่งให้ความสำคัญกับรูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต สามารถตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด

4.3 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านเบี้ยประกัน ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านเบี้ยประกัน ไม่มากนัก เพราะอัตราค่าเบี้ยประกันอาจจะมิให้เล็กน้อย และเมื่อเทียบอัตราค่าเบี้ยประกันกับบริษัทอื่น ไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะมีอัตราค่าเบี้ยประกันที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกริกเกียรติ เหลืองยะสิทธิ์ (2556) กล่าวว่า ราคาขายของผลิตภัณฑ์ประกันภัยนั้นถูกรอบคลุมจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและ

ส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ดังนั้น ราคาจึงไม่อาจกำหนดได้ตามความพึงพอใจหรือใช้กลยุทธ์ราคาได้ตามที่ต้องการ

4.4 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะถ้ามีช่องทางการจัดจำหน่ายให้เลือกหลากหลาย ทำให้สามารถซื้อประกันได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 การซื้อประกัน COVID-19 ส่วนใหญ่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เพราะเป็นทางเลือกที่ดีสะดวกที่สุด สามารถซื้อประกัน COVID-19 ได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีญา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) กล่าวว่า การมีช่องทางที่หลากหลายในการซื้อประกัน มีสำนักงานสาขาและตัวแทนขายประกันที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ มีความสะดวกในการซื้อประกัน/ชำระเบี้ยประกัน บริษัทต้องพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความสะดวก ครอบคลุมทุกช่องทาง อาทิเช่น ชำระผ่านตัวแทน สำนักงานตัวแทน เคนเตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม อินเทอร์เน็ต โหมบายแบงก์กิ้ง รวมถึงการหักบัญชีอัตโนมัติ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและเกิดความต้องการซื้อ

4.5 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มากนัก เพราะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นที่น่าสนใจ อาจมีรายละเอียดและเงื่อนไขการทำประกัน COVID-19 ไม่ชัดเจน บางคนอาจมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า คือ เคยซื้อประกันของบริษัทนี้ ก็ยังจะซื้อประกันของบริษัทต่อไปเรื่อยๆ ทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน COVID-19 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีญา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) กล่าวว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆที่น่าสนใจ มีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลและข่าวสารที่น่าสนใจผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เพราะการซื้อประกันชีวิตรวมถึงสินค้าและบริการต่างๆในปัจจุบัน ตลอดจนมีการส่งเสริมการตลาดผ่านการแจ้งรายละเอียดข้อมูลและข่าวสารที่น่าสนใจ และการจัดโปรโมชั่น ออกบูธตามงานต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและเกิดความต้องการ

4.6 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านตัวแทนประกัน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้

ความสำคัญด้านตัวแทน เพราะตัวแทนสามารถให้ข้อมูลกรมธรรม์ประกัน COVID-19 และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไขปัญหา และได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทนประกัน ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทิสรา นนทพันธ์ (2559) กล่าวว่า ประชากรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานซึ่งสามารถให้คำแนะนำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากที่สุด

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับประชาชนทั่วไปที่สนใจในเรื่องนี้และผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ดังนี้

1. การตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 เพราะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นและมีความรุนแรง ทำให้ประชาชนสนใจซื้อประกัน COVID-19 มากขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงและลดภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจประกันภัยควรมีรูปแบบกรมธรรม์และอัตรา ค่าเบี้ยประกันที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้

2. ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มี 4 ด้าน คือ ด้านบริษัทประกัน ด้านกรมธรรม์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านตัวแทนประกัน ดังนี้

2.1 ด้านบริษัทประกัน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของบริษัทประกัน ดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจประกันภัยต้องเป็นบริษัทประกันที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ประชาชนที่ต้องการซื้อประกัน COVID-19 ที่ได้ซื้อประกัน COVID-19 กับบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ

2.2 ด้านกรมธรรม์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับรูปแบบกรมธรรม์ประกัน COVID-19 เพราะประชาชนมีความต้องการหลากหลาย ต้องการความคุ้มครอง ดูแล ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ควรมีรูปแบบกรมธรรม์ประกัน COVID-19 ให้เลือกหลากหลาย หรืออาจมีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน หรือรับฟังความคิดเห็นว่าประชาชนต้องการรูปแบบกรมธรรม์แบบไหน อยากได้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมอะไรบ้าง จะได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาในรูปแบบกรมธรรม์ประกัน COVID-19

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับช่องทางการชำระเบี้ยประกัน ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ซื้อประกัน COVID-19 ผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ควรเพิ่มช่องทางการชำระเบี้ยประกันในช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น และมีการพัฒนาระบบการชำระเบี้ยประกันผ่านช่องทางออนไลน์ให้สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันผ่าน SMS, E-mail และช่องทางอื่นๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทประกันได้รับ การชำระเบี้ยประกันแล้ว และลูกค้าที่ชำระค่าเบี้ยประกันได้รับความคุ้มครองจากการซื้อประกันตามกรมธรรม์ ที่ต้องการแล้ว

2.4 ด้านตัวแทนประกัน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับตัวแทนประกัน ที่สามารถให้ข้อมูลกรมธรรม์ประกัน COVID-19 และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ ช่วยเหลือในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน และได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทนประกันภัย ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ควรมีการจัดฝึกอบรมตัวแทนประกัน ให้มีความรู้เกี่ยวกับกรมธรรม์ประกัน COVID-19 และทักษะต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้สามารถช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำ และแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าที่ซื้อประกันได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยการรับรู้ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความพึงพอใจ
2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน COVID-19 ที่มีผลการวิจัยที่ชัดเจนและครอบคลุม เช่น ศึกษาตัวอย่างในจังหวัดอื่นๆ

บรรณานุกรม

- สุทิศา นนทพันธ์ (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- พิชพร เกษตรวานาศรี (2559). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชน จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

จาดรนต์ สุรวินิจ (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา*

ของบุคลากรศาลอาญา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิรญา นิษานนท์ (2563). *กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในเขต*

กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*

และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เกริกเกียรติ เหลืองยะสิทธิ์ (2556). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ของ*

บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) ผ่านช่องทางธนาคาร(Bancassurance) ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัย, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ทรงศักดิ์ ชมบุญ (2563). *ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.*

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2560). *ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา.*

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ทิพย์สุภา สุวรรณอทาน (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรใน*

กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐภักดิ์ ผลาจิต (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ผ่านช่องทาง*

ธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พงษ์ธร รุ่งศุกกิจ (2558). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการเลือกซื้อ และปัจจัยการตลาดบริการ 7P ที่มีผล*

ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต AIA ผ่านระบบ iPos+ ในเขตกรุงเทพมหานคร.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.