

การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area.

จิราวรรณ แผนจันทุก

สาขาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Jirawan Phanjantuk

E-mail: jirawan.jay@gmail.com

Department of Accounting of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยด้านภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และ ใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multi Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่ต่างกันส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ และด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านปัจจัยสังคม และด้านปัจจัยแรงจูงใจไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ;ประกันชีวิต;พนักงานเอกชน

ABSTRACT

The purpose of this research is to (1) To be study and research the Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area classified by population factors. (2) To study the marketing mix factors, motivation factor, social factor and economic environment factor that affects Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area. (3) To be study and research the Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area.

The Sample used in this research is 400 people in Bangkok, using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation by testing the hypothesis by using t-test statistics, one-way variance statistics (One-way ANOVA), if differences are found by using LSD methods and using multiple regression statistics.

The hypothesis test found that the population in Bangkok with different gender, ages, occupations, incomes, educations and status different effects the Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area has not affect. The marketing mix factors and external factors that product factor and economic environment factor has different effects Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area and motivation factor, social factor, distribution Channel factor, and Promotional mix factor has not affected Decision-making life insurance of private employees buying in the Bangkok metropolitan area.

Keyword: DECISION MAKING; LIFE INSURANCE; private employees

บทนำ

เมื่อกล่าวถึงการทำประกันชีวิตนับเป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยลดความเสี่ยงในอนาคตเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดในอนาคตที่ไม่สามารถประมาณการสิ่งที่จะเกิดในอนาคตได้ การทำประกันชีวิตมีประโยชน์หลายด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความคุ้มครอง การประกันชีวิตจะให้ประโยชน์ในด้านความคุ้มครองกรณีที่ผู้เอาประกันภัยถึงแก่กรรม ผู้รับประกันภัยจะจ่ายเงินชดเชยให้ตามจำนวนเงินที่ระบุไว้ในสัญญาให้แก่ทายาทหรือผู้รับประโยชน์ของผู้เอาประกันภัยเพื่อให้ครอบครัวของผู้เอาประกันภัยมีเงินเลี้ยงชีพต่อไปโดยไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น นอกจากนี้การประกันชีวิตยังช่วยบรรเทาความเดือดร้อนในยามเจ็บป่วยหรือทุพพลภาพอีกด้วยด้านการออมทรัพย์ ลักษณะการออมของการทำประกันภัยนั้นจะเป็นในลักษณะแบบกึ่งบังคับโดยผู้เอาประกันภัยจะต้องแบ่งรายได้ของตนส่วนหนึ่ง เพื่อนำมาชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการประหยัดเพื่อการออมทรัพย์สามารถใช้เป็นเครื่องมือออมเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายยามชราหรือออมไว้เพื่อเก็บเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน ด้านการสร้าง ความมั่นคงให้กับชีวิตของผู้เอาประกันภัย การประกันชีวิตสามารถช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้แก่ผู้เอาประกันภัยได้ในกรณีการทำประกันคุ้มครองการเจ็บป่วย หรือการประกันอุบัติเหตุ ผู้เอาประกันภัยจะได้เงินทดแทนเพื่อใช้ในการเลี้ยงชีพในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงได้ ด้านการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีผู้ที่ทำ

ประกันชีวิตก็สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตมาใช้ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับแบบทั่วไปและ 200,000 บาทสำหรับแบบบำนาญ ด้านการลงทุนจำนวน เบี้ยประกันชีวิตที่ผู้เอาประกันภัยชำระให้กับผู้รับประกันภัยจะถูกสะสมไว้เป็นเงินสำรองประกันชีวิต เงินสำรองนี้ผู้รับประกันภัยจะนำไปลงทุนในกิจการที่มั่นคงเพื่อให้เกิดดอกผลและส่วนหนึ่งจะนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ของรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลจะนำเงินเหล่านี้ไปใช้ในการพัฒนาประเทศด้านอื่นๆ การทำประกันชีวิตเปรียบเสมือนการเตรียมเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉินเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลาหนึ่ง ก็จะมีมูลค่าเงินสด หากผู้เอาประกันภัยมีความจำเป็นทางการเงินก็สามารถขอคืนเงินจำนวนหนึ่งตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดนำไปใช้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำได้

จากการที่ประเทศไทยมีโครงสร้างครัวเรือนเป็นครอบครัวเดี่ยวจำนวนมากขึ้น ดังนั้นเป้าหมายการเกษียณเป็นสิ่งสำคัญมากของชีวิตเพื่อรับมือกับการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันแต่คนส่วนใหญ่มักมองข้ามปัญหานี้ไปเพราะให้น้ำหนักหรือเน้นกับปัจจุบันมากกว่าอนาคต ดังนั้น เมื่อเราหันมาสนใจและรับรู้ข้อมูลปัจจุบันที่ว่าประชากรที่มีอายุสูงกว่า 65 ปีขึ้นไปประมาณ 9% ในตอนนี้จะทยอยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เป็น 25% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในปี พ.ศ. 2583 และสถิติผู้สูงอายุชาวไทยในปัจจุบันมีมากถึง 2 ใน 3 ที่ไม่มีเงินออม ส่วนที่มีเงินออมมากกว่า 1 ล้านบาทนั้นมีเพียง 5% ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด เมื่อสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุของประเทศไทยยังมีอยู่ในระดับจำกัดเราจึงต้องการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุควรจะร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนตั้งแต่ระดับบุคคล ชุมชนและประเทศ โดยเฉพาะการร่วมกันกระตุ้นเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีการเตรียมวางแผนการออม การใช้ชีวิตในปัจจุบัน การร่วมมือกันในชุมชน การจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ทางด้านสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ การปรับตัวทางด้านสังคมและจิตใจของผู้สูงอายุ รวมทั้งการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนและการออมเพื่อเตรียมพร้อมเมื่อถึงวัยผู้สูงอายุซึ่งภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ที่ทำให้ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป รวมถึงลักษณะการซื้อขายสินค้าและบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงของผู้คนเป็นสังคมดิจิทัลมากขึ้นผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวโน้มของการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ที่รวดเร็วมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมต่าง ๆ รวมถึงการทำประกันชีวิตผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ผ่านโมบาย แอปพลิเคชัน (Mobile Application) หรือ การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นต้น ประกอบกับนโยบายภาครัฐบาลที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีการวางแผนทางการเงินโดยการออมเงินและให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการทำประกันชีวิตเพื่อใช้ในการวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณ ก็เป็นสิ่งที่ทำให้บริษัทประกันชีวิตต้องทำความเข้าใจในปัจจุบันที่อาจส่งผลถึงการเลือกซื้อ ประกันชีวิตของผู้บริโภคดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจประกันชีวิตที่จะสามารถนำข้อมูลต่างๆที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการ

พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และการให้บริการในการทำประกันชีวิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในการพิจารณาตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยด้านภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการวิจัยฉบับนี้ โดยได้เลือกนำเอาปัจจัยด้านลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมทั้งปัจจัยด้านภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือกลุ่มพนักงานเอกชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เคยซื้อประกันชีวิต โดยเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทประกันชีวิตหรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชน ที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เพื่อทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้สำหรับตัวแทนขายประกันในการเสนอขายประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่บริษัทประกันชีวิตไปใช้การพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้ตรงกับความต้องการของพนักงานเอกชน ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อประกันชีวิตตลอดจนนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กร รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

3. เพื่อให้ผู้ที่สนใจ เช่น ตัวแทนขายประกันชีวิต หรือผู้ที่ทำวิจัยที่ต้องการทราบถึงลักษณะพฤติกรรม การเลือกซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นำข้อมูลหรือผลการวิจัยไปใช้ในการทำงานหรือต่อยอดเชิงลึกในรายละเอียดต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี บทความ วารสาร ผลงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องจากหลายๆแหล่งที่มา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์(2560) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา พบว่า การมีผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่หลากหลายตรงตามความต้องการ กรมธรรม์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับผลตอบแทนที่ได้รับและเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับความต้องการ ณิชานันท์ คงแก้ว (2557) พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์บริการประกันชีวิตเรื่องการอธิบายข้อแตกต่างและเปรียบเทียบกรมธรรม์ และสามารถแนะนำกรมธรรม์ได้ตรงตามความต้องการลูกค้า เกรียงไกร ธนากรไพศาล (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์พบว่า ด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นั้นลูกค้าพึงพอใจผ่านช่องทางตัวแทนมากกว่าผ่านธนาคารพาณิชย์

2.ด้านกระบวนการและช่องทางการจัดจำหน่าย

นายชุติวัด ธนาม (2557) พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยการมีขั้นตอนการให้บริการชำระเบี้ยประกันผ่านช่องทางต่างๆที่มีความสะดวกไม่ยุ่งยากมีการให้บริการที่ได้มาตรฐานถูกต้องแม่นยำ ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ ความสำคัญอย่างต่อเนื่องกับการอำนวยความสะดวกในการชำระค่าบริการ

3.ด้านการส่งเสริมการตลาด

กนกวรรณ เทิดเกียรติ (2557) พบว่า ผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลที่โปร่งใสและชัดเจนแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจนข้อมูลพื้นฐานในการเบิกจ่ายค่าทดแทนหรือค่าสินไหมสินรินทร์ เหลืองวิชเชเรชญ (2553) ที่พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์มากที่สุดและพบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยใช้สิ่งจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก

1.ด้านแรงจูงใจ

ภาควงุมิ นิโครวนจำรัส (2562) จากผลการวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจากเห็นประโยชน์ด้านการออมเงินด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มากขึ้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ให้ผลตอบแทนที่ยอมรับได้ มีความเสี่ยงต่ำมาก ส.บุญธิราช ไทยวัฒนาพร (2556) สรุปการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางอย่างที่เราต้องการนั้นจะมีแรงจูงใจในเชิงเหตุผลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยการ

พิจารณาอย่างรอบคอบมีความสมเหตุสมผลและจะตัดสินใจเลือกสรรประโยชน์สูงสุดเช่นความคุ้มค่าความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

2.ด้านสังคม

ศุภวัฒน์ ชาญเนจิกิจ, 2560และวิหวัศ เหล่ามะลอ (2562) ได้กล่าวว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และ สถานะของผู้ซื้อ

3.ด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

พัทนาริน มลลล (2546)พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจด้านรายได้นอกภาคการเกษตรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ คิดจะซื้อ และไม่ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ โภภัทพิมพ์ (2540) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ที่พบว่า รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และจำนวนเงินออมจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ธรรมธัช สมปอง (2550) สรุปว่า ความพึงพอใจในด้านต่างๆของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านบุคคลที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์ทางการเงิน ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ ด้านการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและด้านแบบประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

กิบสันและอิวาน เฮวิช (Gibson and Ivancevich)ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่าเป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร(information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคลและกลุ่มในองค์การ

บาร์นาร์ด (Barnard)ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาให้เหลือเพียงทางเลือกเดียว

ไซมอน (Simon)ได้ให้ความหมายว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจการ หาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่างๆที่มีอยู่

มูดี (Moody)ได้ให้ความหมายว่าการตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไปปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มพนักงานเอกชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งเคยซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตอย่างน้อย 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งรวมถึงกรณีที่มีการจ่ายเบี้ยประกันแบบต่ออายุด้วย และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนของประชากรได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยอ้างอิงจากตารางของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเลือกใช้ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง คือเป็นการศึกษาข้อมูลที่เป็นสถานการณ์ปัจจุบัน มุ่งเน้นการพิสูจน์ปัจจัยที่เป็นเหตุซึ่งนำไปสู่ผล โดยไม่มีการจัดการกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว และ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.แบบสอบถามแบบปลายปิดและเปิด มีทั้งหมดจำนวน 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีจำนวนทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย , ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับดังนี้ มากที่สุด = ระดับคะแนนที่ 5 คะแนน, มาก = ระดับคะแนนที่ 4 คะแนน, ปานกลาง = ระดับคะแนนที่ 3 คะแนน, น้อย = ระดับคะแนนที่ 2 คะแนน, น้อยที่สุด = ระดับคะแนนที่ 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ , ปัจจัยด้านสังคม , ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับดังนี้ มากที่สุด = ระดับคะแนนที่ 5 คะแนน, มาก = ระดับคะแนนที่ 4 คะแนน, ปานกลาง = ระดับคะแนนที่ 3 คะแนน, น้อย = ระดับคะแนนที่ 2 คะแนน, น้อยที่สุด = ระดับคะแนนที่ 1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับดังนี้ มากที่สุด = ระดับคะแนนที่ 5 คะแนน, มาก = ระดับคะแนนที่ 4 คะแนน, ปานกลาง = ระดับคะแนนที่ 3 คะแนน, น้อย = ระดับคะแนนที่ 2 คะแนน, น้อยที่สุด = ระดับคะแนนที่ 1 คะแนน

ส่วนที่ 5 มีข้อความแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประกันชีวิตกรมธรรม์ล่าสุดกับบริษัทใดเพราะเหตุใดจำนวน 1 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ออกแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์(Google Form) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา

- ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์

- ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่าเฉลี่ยในการอธิบายคุณลักษณะกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิง

ปริมาณ ได้การ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอก และ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. สถิติอนุมาน

- เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ ซึ่งใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test

- เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

- เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบ)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามประชากรศาสตร์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ประชากรกลุ่มพนักงานเอกชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ และด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านปัจจัยสังคม และด้านปัจจัยแรงจูงใจไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งระดับการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด”

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ได้ตัดสินใจซื้อโดยการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตกับแบรนด์อื่นๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ และมีองค์ประกอบอื่นๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น ความคุ้มครองที่ได้รับ, ค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสม, ความพึงพอใจต่อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเกรียงไกร ธนากรไพศาล (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์พบว่า ด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นั้นลูกค้าพึงพอใจผ่านช่องทางตัวแทนมากกว่าผ่านธนาคารพาณิชย์อาจเนื่องมาจากตัวแทนมีความรู้ความเข้าใจในกรมธรรม์ประกันชีวิตและสามารถอธิบายถึงลักษณะกรมธรรม์และรูปแบบต่างๆของกรมธรรม์ที่สามารถตอบสนองต่อ

ความต้องการของลูกค้าได้และ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฌักทรชานันท์ คงแก้ว (2557) พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์บริการประกันชีวิตเรื่องการอธิบายข้อแตกต่างและเปรียบเทียบกรมธรรม์และสามารถแนะนำกรมธรรม์ได้ตรงตามความต้องการลูกค้า เรื่องการมีการนำเสนอกรมธรรม์ที่มีหลายแบบให้เลือกตามความต้องการ

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามประชากรศาสตร์.

2.1 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน ทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพศ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจากปัจจุบันมาตรการจากทางรัฐบาลซื้อประกันชีวิตสามารถลดหย่อนทางภาษีได้และสามารถค้นหาข้อมูลความรู้ ที่เป็นประโยชน์ได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกร ธนากรไพศาล (2555) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์ สรุปว่าเอาประกันที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรวิทย์ งามเพิ่มศรีแพร (2561) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อประกันชีวิตประเภทสามัญผ่านช่องทางออนไลน์ สรุปว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตประเภทสามัญผ่านช่องทางออนไลน์ ปัจจัยด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

2.2 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกันทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อายุ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจากปัจจุบัน การทำประกันชีวิตเป็นการทำประกันในระยะยาว และไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุใดก็เห็นความสำคัญในการทำประกันชีวิตไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ บริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ ก็มีผลิตภัณฑ์ด้านการประกันชีวิตที่หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคในช่วงอายุต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภาควงุมิ นิโครนจำรัส (2562) สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 25 – 40 ปี นั้นเริ่มสนใจประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์นั้นอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25 – 30 ปี ซึ่งในช่วงอายุนี้นี้เป็นช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความสนใจประกันชีวิตในเรื่องของรายได้เป็นหลัก รายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น และวชิรวิทย์ งามเพิ่มศรีแพร (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อประกันชีวิตประเภทสามัญผ่านช่องทางออนไลน์ กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 60 ปีมีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตประเภทสามัญผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด

2.3 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต มีความหลากหลายทางด้านราคา ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกช่วงรายได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติธร นูพิมพ์ (2553) สรุปได้ศึกษาเรื่องการสร้างแรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบอาชีพหลักเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด สรุปได้ว่า ด้านรายได้กลุ่มตัวแทนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาชีพนี้ได้รับผลตอบแทนสูง ร้อยละ 71.7 รายได้และเงินโบนัสมีความคุ้มค่าร้อยละ 68.3 โดยที่มาของรายได้ส่วนนี้มาจากการขายประกันในทุนประกัน

สูงทำให้มีรายได้จากค่าคอมมิชชั่นเฉลี่ย ร้อยละ 40-50 ของเบี้ยประกันที่เก็บจากลูกค้าและตัวแทนมีความคิดเห็นว่า บริษัทมีความยุติธรรมในการจ่าย ค่าคอมมิชชั่นทำให้ตัวแทนมีเงินออมได้มากขึ้นร้อยละ 56.7

2.4 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกันทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาชีพนั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจาก ประกอบอาชีพที่แตกต่างกันแต่ผู้บริโภคก็ได้พิจารณาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อตนเองที่มีความไม่แน่นอนในอนาคตซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌักทรานันท์ คงแก้ว (2557) สรุปได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนบริษัท กรุงเทพ-เอกซ่า จำกัด (มหาชน) และผ่านธนาคารกรุงเทพ สรุปได้ว่า ผ่านตัวแทนอาชีพมีผลต่อระดับความพึงพอใจโดยพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านอัตราเบี้ยประกันชีวิตน้อยกว่ากลุ่มแม่บ้าน/พ่อบ้าน เนื่องจากกลุ่มอาชีพพนักงานอาจมีรายได้ยังน้อยจึงยังต้องการแบบประกันที่เหมาะสมต่อความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันได้เมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ส่วนใหญ่จะเป็นข้าราชการเกษียณอายุแล้วที่ยังมีรายได้มั่นคงแน่นอนผ่านธนาคารกรุงเทพ อาชีพมีผลต่อระดับความพึงพอใจ และเกรียงไกร ธนากรไพศาล (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่าอาชีพมีผลต่อความพึงพอใจ

2.5 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระดับการศึกษานั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อประกันชีวิต เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะสามารถนำมาคิด วิเคราะห์ และนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารทิพย์ สุกันทะ(2562) สรุปผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านทางพนักงานธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด(มหาชน)ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านทางพนักงานธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด(มหาชน) มากที่สุดและประดิษฐ์ เพชร แซ่ตั้ง (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่ต่างกัน

2.6 พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพต่างกันทำให้มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สถานภาพนั้นไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อประกันอาจเนื่องมาจากผู้ที่มีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อครอบครัว จึงต้องมีการทำประกันชีวิตโดยคำนึงถึงบุคคลในครอบครัว ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จากการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีความสำเร็จในการขายประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธุรกิจโดยพนักงานที่มีสถานภาพโสดมีความสำเร็จมากกว่า

สมรส เนื่องจากไม่มีภาระที่ต้องรับผิดชอบในการดูแลครอบครัวซึ่งสอดคล้องกับงานของสนธิยา ชูจร (2546: บทคัดย่อ)[6] ศึกษา เรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อลิอันซ์ ซีพีประกันชีวิต พบว่าตัวแทนประกันชีวิต ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพการขายประกันชีวิตแตกต่างกัน

2.ผลการศึกษาคัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนผสมการตลาดและปัจจัยภายนอก ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาคัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสังคม ด้านแรงจูงใจ และด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด”

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ปัจจุบันบริษัทประกันชีวิตได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดในขณะที่มีผลตอบแทนหรือสิทธิประโยชน์ต่างๆตามที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ ฌักทรานันท์ คงแก้ว (2557) กล่าวว่ามีการนำเสนอกรมธรรม์ที่มีหลายแบบให้เลือกตามความต้องการและเรื่องการมีตัวอย่างแบบประกันหรือตารางกรมธรรม์ประกันชีวิตมาอธิบายให้เข้าใจง่ายและชัดเจนถูกต้องและสอดคล้องกับ ฌัญญา ภัทรกิจจานุรักษ์(2560) กล่าวว่าปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายในการเลือกซื้อประกันชีวิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเองทั้งรูปแบบของประกันชีวิต อายุกรมธรรม์

2.2 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การให้บริการชำระเบี้ยประกันผ่านช่องทางต่างๆที่มีความสะดวกรวดเร็ว เช่น ระบบออนไลน์, สาขา, ธนาคาร, เคาน์เตอร์เซอร์วิสที่สะดวกและหลากหลายรวมถึงสามารถติดต่อตัวแทนประกันชีวิตหรือบริษัทได้สะดวกและหลายรูปแบบ เช่น Internet, Call Center, สำนักงานขายและขั้นตอนในการสมัครทำประกันชีวิตไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับ ชูติวัต ธานี (2557) กล่าวว่ากระบวนการและช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะท้อนภาพลักษณ์การให้บริการหลังการขายที่ดีแก่ลูกค้าย่อมเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์กับผู้ให้บริการรายนั้นๆ เนื่องด้วยความสะดวกในการใช้บริการในการทำธุรกรรมเป็นประเด็นที่สำคัญกลุ่มลูกค้าให้ความสนใจและสอดคล้องกับ ฌัญญา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) กล่าวว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องกับการอำนวยความสะดวกในการชำระค่าบริการ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการชำระเงินได้หลายช่องทางโดยไม่ต้องไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารเพียงอย่างเดียว

2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ถูกต้องและชัดเจนแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจนข้อมูลพื้นฐาน ประกอบ

กับต้องจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ การให้ส่วนลดหรือของกำนัล ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ เทิดเกียรติ (2557) กล่าวว่าให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ถูกต้องและชัดเจนแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจน ข้อมูลพื้นฐานในการเบิกจ่ายค่าทดแทนหรือค่าสินไหม นอกจากนี้ควรโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้อย่างทั่วถึงและสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าไว้วางใจ และสอดคล้องกับ สิริินทร์ เหลืองวิชชเจริญ (2553) กล่าวว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์มากที่สุดและพบว่าการส่งเสริมการตลาดโดยใช้สิ่งจูงใจเช่น การตรวจสุขภาพฟรี การให้สิทธิพิเศษต่างๆในการซื้อสินค้าและบริการการให้ของขวัญในโอกาสพิเศษ

2.4 ปัจจัยด้านสังคม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สรุปได้ว่าปัจจัยด้านสังคมนั้นประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัวเพื่อนสนิท และ บุคคลชั้นนำในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภวัฒน์ ขาญเนจิกิจ (2560) กล่าวว่า เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และ ค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และสอดคล้องกับ วิทวัส เหล่ามละอ (2562) กล่าวว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม

2.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า มีความสนใจซื้อประกันชีวิตเนื่องจากเห็นประโยชน์ด้านการออมเงินด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มากขึ้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ให้ผลตอบแทนที่ยอมรับได้ มีความเสี่ยงต่ำมาก จนถึงไม่มีความเสี่ยงเลยเนื่องจากมีการรับประกันผลตอบแทนคืนอยู่ในกรรมธรรม์รวมถึงเป็นการช่วยสร้างวินัยในการออมทรัพย์อย่างสม่ำเสมอได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ภาคภูมิ นิโครวนจำรัส (2562) กล่าวว่า มีความสนใจซื้อประกันชีวิตเนื่องจากเห็นประโยชน์ด้านการออมเงินด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มากขึ้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ให้ผลตอบแทนที่ยอมรับได้ มีความเสี่ยงต่ำมากและสอดคล้องกับ ส.บุญธิราช ไทยวัฒนาพร (2556) กล่าวว่า เพราะ การที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางอย่างที่เราต้องการนั้นจะมีแรงจูงใจในเชิงเหตุผลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยการพิจารณาอย่างรอบคอบมีความสมเหตุสมผลและจะตัดสินใจเลือกสรรประโยชน์สูงสุดเช่นความคุ้มค่าความน่าเชื่อถือ

2.6 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจรายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และจำนวนเงินออมจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ผู้ขอเอาประกันที่มีกรรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรรมธรรม์ที่พบว่าเหตุผลของการทำประกันเพราะสิ่ง กระตุ้นภายนอกหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ พัทนาริน มลล (2546) กล่าวว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจด้านรายได้ นอกภาคการเกษตรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ คิดจะซื้อ และไม่ซื้อของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชัยวัฒน์ โฆภัทธิมพ์ (2540) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ที่พบว่า รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และจำนวนเงินออมจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพัฒน์ วัฒนากุล (2539) เรื่องพฤติกรรมการซื้อของผู้ขอเอาประกัน

ที่มีกรรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรรมธรรม์ที่พบว่า เหตุผลของการทำประกันเพราะสิ่งกระตุ้นภายนอกหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และทางเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับ ธรรมรัช สมปอง (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจในด้านต่างๆของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมด้านบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในระดับมาก ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ จำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิต รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แบบประกันชีวิต การให้บริการของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแต่ในส่วนของบุคคลที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์ทางการเงินไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชน ส่วนปัจจัยที่เหลืออีก 2 ปัจจัย พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.499 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 24.90

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่องค์กรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดปัจจัยภายนอก และลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขเพิ่มเติม รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และการให้บริการในการทำประกันชีวิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในการพิจารณาการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ตลอดจนนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กร รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศยังไม่เข้าใจถึงความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk) ที่ผันแปรตลอดเวลาแต่ละรอบของการเปลี่ยนแปลงจะใช้ระยะเวลาหลายปี หากอัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงขาลงช่วงเวลาดังกล่าวประชาชนที่เกษียณอายุจะไม่สามารถพึ่งพาดอกเบี้ยเพื่อเป็นรายได้ในการเลี้ยงชีพแต่หากมีการวางแผนทางการเงินในการรับความเสี่ยงของอัตราดอกเบี้ย การประกันชีวิตจะเป็นเครื่องมือทางการเงินชนิดหนึ่งที่สามารถช่วยรองรับความเสี่ยงดังกล่าวได้ เพราะบริษัทประกันชีวิตจะเน้นการลงทุนในระยะยาว ซึ่งเป็นการป้องกันการความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนในอนาคต

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้มีความหลากหลาย สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยที่ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในขณะที่การทำประกันชีวิตในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุที่มีตัวเลือกในการทำ

ประกันมากขึ้น และในขณะเดียวกันก็มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมกับความคุ้มครองและมีผลตอบแทนที่ผู้บริโภคร้องการ รวมถึงให้มีทางเลือกเกี่ยวกับรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนที่หลากหลายมากขึ้น

3. ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ควรจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท และมีสถานภาพโสด

ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง ดังนี้

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลควรเพิ่มขึ้นโดยวิธีการอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถคิดค้นพัฒนา หรือปรับปรุงบริการที่ตอบสนองต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคของแต่ละบริษัทประกันชีวิต เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง

3. ควรขยายขอบเขตของประชากรที่ต้องการศึกษาให้กว้างขึ้นโดยศึกษาข้อมูลของผู้บริโภคที่นอกเหนือจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ๆของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย หรือจังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมากเพื่อให้สามารถนำมาวิเคราะห์ในหลากหลายมุมมองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากบริษัทประกันชีวิตมีสาขา ครอบคลุมไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศ

บรรณานุกรม

กนกวรรณ เทอดเกียรติ(2557) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตคุ้มครองสินเชื่อ

การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชนิษฐา กิตติเจริญโรจน์ (2551) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของผู้บริโภค

ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุติวัด ธนามี (2557) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของกลุ่มวัยทำงานใน

เขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

และปริมณฑล การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ณภัทรชานันท์ คงแก้ว (2557) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

ผ่านตัวแทน บริษัท ไทย-แอกซ่า จำกัด (มหาชน) และผ่านธนาคารกรุงไทย การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ธารทิพย์ สุกันทะ (บทความ) การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านทางพนักงานธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด

(มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการตลาด หลักสูตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- นิติธร นูพิมพ์ (2553) การสร้างแรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบอาชีพหลักเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอ เอ จำกัด การค้นคว้าอิสระ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรพรรณ แก้วชูเงิน (2557) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตในเขต กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ภาคภูมิ นิโครวนจำรัส (2562) แรงจูงใจ และความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 25 - 40 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิชา เปี้ยทอง (2562) การตัดสินใจในการทดสอบความรู้ข้อขึ้นทะเบียนเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ของผู้ช่วยผู้สอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อารยา พัฒนแก้ว (2555) การเปิดรับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อันธิมา พานิชเกษม (2555) การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เปรียบเทียบ ระหว่างการซื้อผ่านธนาคารพาณิชย์ กับผ่านตัวแทนบริษัทประกันชีวิต การค้นคว้าอิสระ คณะ เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อาจารย์สุนิดา พริบไหว แนวทางปฏิบัติในการขายการจัดการลูกค้าและการให้คำแนะนำด้านประกันชีวิต ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ห้ามนำไปใช้ในการ แสวงหากำไรทางการค้า
- อารณี ทองเจริญสุขชัย (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ: กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของ กลุ่มผู้ซื้อ การค้นคว้าอิสระ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2564) ค้นเมื่อ 09 เมษายน 2565, [สำนักงาน คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย | สถิติประกันชีวิต \(oic.or.th\)](#)
- โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2564) ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565, จาก [แนวโน้มธุรกิจประกันในปี 2565 – THE STANDARD](#)
- สาระ ลำซ่า (2564) นายกสมาคมประกันชีวิตไทย การค้นคว้าอิสระ เมื่อ 09 เมษายน 2565, จาก [รอบรู้เรื่องประกัน ชีวิต.pdf \(lifeif.or.th\)](#)
- สำนักข่าวไอพีแอนด์ซีไทย (2564) ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565, จาก [10 ยักษ์ใหญ่ประกันชีวิตในไทย \(efinancethai.com\)](#)
- สาระ ลำซ่า (2564) ไทยรัฐออนไลน์ ค้นเมื่อ 11 เมษายน 2565, จาก [ธุรกิจประกันชีวิต 9 เดือนแรกปี 64 ประกันยู นิตลิงค์เติบโตสูงถึง 88.86% \(thairath.co.th\)](#)