

อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ผลตอบแทน ความเสี่ยงและ  
การวางแผนเกษียณอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิต  
แบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงาน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Influencing of Social Media, Perceived Economic Security, Returns, Risk and Retirement  
Planning to Affecting Saving Intention Through Endowment Life Insurance Policy of  
Working-age People in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ณัฐฐ์นวัต ศรีสวัสดิ์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Natnawadi Srisalasang

E-mail: [natnawadi.s@gmail.com](mailto:natnawadi.s@gmail.com)

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงาน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ผลตอบแทน ความเสี่ยงและการวางแผนเกษียณอายุ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศและสถานภาพแรงงาน ไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นผู้อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15 ปีขึ้นไป) ที่มีงานทำ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อิทธิพลด้านสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.95$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า ( $\bar{X}=4.13$ ) อิทธิพลด้านการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ ) อิทธิพลด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.09$ ) อิทธิพลด้านการรับรู้ผลตอบแทน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.14$ ) อิทธิพลด้านการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.17$ ) และความตั้งใจในการออมผ่าน

กรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.98$ )

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยภาพรวมต่างกันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer และจากอิทธิพลของกลุ่มทางตรง อิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ อิทธิพลการรับรู้ผลตอบแทน อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยง และอิทธิพลการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการออม ประกันแบบสะสมทรัพย์

### Abstract

The purpose of this study is to examine the Influence affecting saving intention through Endowment Life Insurance Policy of working age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province factors include Demographic factors, Influencing of Social media, Perceived economic security, Perceived returns Perceived risk and Perceived retirement planning. The 400 sample were drawn from working-age people (15 years of age and over) in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province Classified by gender and labor status in the fourth quarter of 2019. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One-way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most working-age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya of the respondents were female, 31-40 years old, marital, received bachelor's degree or equivalent, received monthly income of 20,001 – 30,000 bath and company employee. Influencing of social media were at high level ( $\bar{X}=3.95$ ). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were the advertising by the company or product owner ( $\bar{X}=4.13$ ). Perceived economic security were at high level ( $\bar{X}=3.96$ ). Perceived risk was at high level ( $\bar{X}= 4.09$ ). Perceived returns were at high level ( $\bar{X}= 4.14$ ). Perceived retirement planning was at high level ( $\bar{X}= 4.17$ ). Saving intention through Endowment Life Insurance Policy of working- age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province was rated at a high level ( $\bar{X}= 3.98$ ).

The results of hypothesis test show that (1) the working- age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province with different sex, education and income and career had different overall saving intention through Endowment Life Insurance Policy. (2) Influencing of social media, advertising by company or product owner, direct-influencer, macro-influencer had effect saving intention through Endowment Life Insurance Policy of working- age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province at statistical significance of 0.05 levels. (3) Perceived economic security, returns, risk and retirement

planning had effect saving intention through Endowment Life Insurance Policy of working- age people in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Money Saving intention, Savings life insurance

## บทนำ

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันนั้นมีความไม่แน่นอน เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังเช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ COVID-19 เป็นสถานการณ์ที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อนว่าจะเกิดขึ้น ไม่ได้แค่สร้างความวิตกกังวลด้านสุขภาพร่างกายเท่านั้น แต่มีผลกระทบต่อเรื่องไปยังสุขภาพทางการเงินด้วย ประกอบกับเศรษฐกิจในประเทศที่ยังชะลอตัว เศรษฐกิจทั่วโลกที่ซบเซา ภาคธุรกิจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ทำให้ผลประกอบการลดลง มีการปลดพนักงานออกเป็นจำนวนมาก ประชาชนมีความรู้สึกชีวิตมีความเสี่ยงมากขึ้น ชีวิตไม่มั่นคงเหมือนแต่ก่อน ทำให้หลายท่านต้องเริ่มคิดทบทวน ควบคุมและระมัดระวังการใช้จ่ายให้มากขึ้น มองเห็นความสำคัญของการออมเงินและการมีเงินสำรองไว้เพื่อสถานการณ์ฉุกเฉินในอนาคต เงินออมถือเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญต่อภาคการธุรกิจและการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศระบบเศรษฐกิจจะมีความยั่งยืนได้ขึ้นอยู่กับเงินออมของประชาชน การทำประกันเพื่อออมเงินอาจเป็นอีกทางเลือกที่ดีกว่าการเลือกออมเงินด้วยตัวเอง "ประกันชีวิต" ไม่ใช่มีความสำคัญแค่เรื่องการประกันความเสี่ยงหรือ การลดหย่อนภาษี เท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์อีกหลายประการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือประโยชน์ด้านการออมเงิน จากความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในรูปแบบของการออม ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในระหว่างธุรกิจรับประกันชีวิตด้วยกันโดยต่างฝ่ายต่างเร่งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้สื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์แทนการตลาดแบบเดิม เพื่อให้กระบวนการสื่อสารส่งต่อถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วน สร้างอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น

จากเหตุผลและอุปสรรคในการออมเงินตามที่กล่าวมาผู้ที่อยู่ในวัยทำงานหากมีความตั้งใจที่จะออมเงินจึงต้องเพิ่มการรับรู้ในปัจจุบันหลายด้านซึ่งประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการออมเงิน ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของตนในระดับครัวเรือน แผนการทางการเงินในอนาคตหลังเกษียณอายุ ความเสี่ยงและผลตอบแทนจากการออมในแต่ละรูปแบบรวมถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกออมเงินผ่านการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ จากพฤติกรรมการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นถึงการจัดการทางการเงินให้ได้รับประโยชน์สูงสุดผ่านการออมเงิน

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญของปัญหาและมีความสนใจเกี่ยวกับการบริหารทางการเงินผ่านการออมเงินที่เป็นมากกว่าการออมเงิน โดยจะทำการศึกษเกี่ยวกับอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ผลตอบแทน ความเสี่ยงและการวางแผนเกษียณอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูล ไปประกอบการวางแผนการออมรวมถึงบริษัทที่รับทำประกันชีวิตสามารถนำข้อมูล ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการสื่อสารให้ลูกค้าทราบข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจออมเงินเพิ่มขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงาน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคนวัยทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ ที่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีขอบเขตการวิจัย โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศและสถานภาพแรงงาน ไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นผู้อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15 ปีขึ้นไป) ที่มีงานทำ จำนวน 244,000 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ผลตอบแทน ความเสี่ยงและการวางแผนเกษียณอายุ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจมีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 4 อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลการรับรู้ผลตอบแทนมีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 6 อิทธิพลการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคม การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่รับประกันชีวิตในการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกัน

แนวคิดและทฤษฎี

### 1.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์

Kaplan and Haenlein (2010) ได้ให้ความหมาย สื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นกลุ่มของโปรแกรมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความคิด และเทคโนโลยีของเว็บไซต์ 2.0 อนุญาตให้มีการสร้าง และแลกเปลี่ยนในกลุ่มคนที่ใช้โปรแกรมนั้น ข้อดีของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ช่วยเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างสินค้า และผู้บริโภค เป็นวิธีการที่ใช้เวลาน้อย และประหยัดค่าใช้จ่าย

### 2.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

Schiffman and Kanuk (1991) การรับรู้ คือ กระบวนการที่แต่ละคนมีการเลือก การประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา สำหรับเสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การรับรู้หมายถึง การรับรู้ที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปรูปการรับรู้ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้ภาพนั้นเป็นภาพที่มีความหมาย

### 3.แนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงในชีวิตมนุษย์

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2548) ได้ให้ความหมายของความมั่นคงของมนุษย์ ไว้ว่า การที่ประชาชนได้รับหลักประกันด้านสิทธิ ความปลอดภัยการตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี ไม่ประสบความยากจน ไม่สิ้นหวัง มีความสุข ตลอดจนได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันในการพัฒนาศักยภาพ

### 4.แนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยง

Martin and Camarero (2008) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัยโดยการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้ามีความเหมาะสมหรือไม่หากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กร และข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนก็จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำจากความหมายข้างต้นจึงสามารถสรุปความหมายได้ว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นการรับรู้ถึงความไม่แน่นอนในด้านของความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวซึ่งมีผลกระทบต่อความไม่พึงพอใจ และการตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการจากการได้รับรู้ความเสี่ยงนั้น

### 5.แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

การออมเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายในอนาคต หากต้องการให้เงินออมนั้นงอกเงยเร็วขึ้นต้องนำเงินออมที่เก็บสะสมไว้ไปลงทุนให้เกิดผลประโยชน์สูงขึ้น และเพิ่มความมั่งคั่งของบุคคลให้มากยิ่งขึ้น (รัชนีกร วงศ์จันทร์, 2553)

Jiranyakul (2011) กล่าวว่า บุคคลจะเสี่ยงเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น เมื่อเล็งเห็นผลตอบแทนที่คาดหวังสูงเพียงพอที่จะสามารถชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นได้ ในขณะที่ผู้ที่ไม่กล้าเสี่ยงก็จะเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ แม้จะให้ผลตอบแทนต่ำก็ตาม ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยงสูง (High Risk) ผลตอบแทนที่คาดหวังสูง (High Expected Return) ความเสี่ยงต่ำ (Low Risk) ผลตอบแทนที่คาดหวังต่ำ (Low Expected Return)

### 6.แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนเกษียณอายุ

เนษพร นาคสีเหลือง (2557) ได้ให้ความหมายว่า การเกษียณอายุ คือ การที่ต้องออกจากการทำงานซึ่งทำให้รายได้ที่ได้รับประจำวันหายไป ในขณะที่รายจ่ายยังคงมีและการเกษียณอายุไม่สามารถกำหนดช่วงอายุได้แต่ขึ้นอยู่กับ การพิจารณาของบริษัทหรือหน่วยงานต่าง ๆ อาจมีกรณียกเว้นในเรื่องของความสามารถในการทำงานซึ่งหากทำงานดีและมีประสิทธิภาพจะได้รับการยืดอายุในการเกษียณอายุเป็นกรณีพิเศษ

### 7.แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจ

ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action หรือ TRA) ถูกนำเสนอโดย Fishbein and Ajzen (1975) โดยทฤษฎีนี้ได้อธิบายความสัมพันธ์ของความเชื่อและทัศนคติที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยได้กล่าวว่าบุคคลโดยปกติจะมีเหตุผลและใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ประกอบการพิจารณาเพื่อตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างเป็นระบบก่อนแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังนั้นพฤติกรรมใด ๆ ที่แสดงออกนั้น เรียกว่า พฤติกรรมความตั้งใจหรือความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavioral- intention) ซึ่งสามารถทำนายได้จากการวัดความเชื่อ(Belief) ทัศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention)

ระเบียบวิธีการวิจัย

### 1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

### 2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศและสถานภาพ ที่มีงานทำจำนวน 244,000 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ค่าความคลาด 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### 3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 7 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคณวิทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer และอิทธิพลของกลุ่มทางตรง มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคณวิทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ  
คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ผลตอบแทน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสม  
ทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลการรับรู้ผลตอบแทน มีจำนวนข้อคำถาม  
ทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์  
ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลการรับรู้ด้านการ  
วางแผนเกษียณอายุ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานใน  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคน  
วัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

#### 4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือใน  
การวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความตั้งใจในการออมผ่าน  
กรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร  
ทั้งหมด

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมี  
การใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

#### 5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไป  
ดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาใน  
แบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)  
ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะ  
นำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการ  
วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่า  
สัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ภาพรวม 0.918 แสดงเป็นราย  
ด้าน ดังนี้ การโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า 0.903 อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer 0.876  
อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer 0.855 และอิทธิพลของกลุ่มทางตรง 0.803 การรับรู้ความมั่นคง  
ทางด้านเศรษฐกิจภาพรวม 0.909 การรับรู้ความเสี่ยงภาพรวม 0.866 การรับรู้ผลตอบแทนภาพรวม 0.939 การรับรู้ด้าน

การวางแผนเกษียณอายุภาพรวม 0.861 ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานภาพรวม 0.921

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

#### 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามา ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้มาไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

#### 7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

##### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ สื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ และความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

##### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ ที่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณ ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ การโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer และอิทธิพลของกลุ่มทางตรง

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุและสถานภาพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า ด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer และด้านอิทธิพลของกลุ่มทางตรง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน และการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่กำลังประเมินอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีเพศและอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยภาพรวม ต่างกัน แสดงว่าเพศมีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์

ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ธนโชค กาญจนันทวงศ์ (2561) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเงินผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง พบว่าเพศและอาชีพมีผลต่อการเลือกออมเงินผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เมื่อเทียบกับการเลือกออมเงินผ่านบัญชีเงินฝากประจำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ณัฐยาภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับการศึกษาที่ แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทิตตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2562) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน ระดับการศึกษาและรายได้ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังคงสอดคล้องกับวิจัยของ ศิวขกรรณาเพ็ญ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือนมี ความสัมพันธ์กับการจัดสรรเงินออม ขนาดของเงินออม สัดส่วนเงินออมต่อรายได้ต่อเดือน ปัจจัยที่ใช้พิจารณา รูปแบบการออม และวัตถุประสงค์การออม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุและสถานภาพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ดังนั้น ไม่ว่าจะอายุเท่าไรมีความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า อายุและสถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาอิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่ออิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า ในระดับมาก มีความเห็นว่า เนื่องจากการโฆษณาออนไลน์ เป็นช่องทางทางการสื่อสารที่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งโฆษณาออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ เกิดการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการโฆษณาออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว มีความทันสมัย และตรงกับความคิดเห็นของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี ศรีวิมลศิริ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาออนไลน์ในเขตคลองเตยและบางบอนในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการโฆษณาออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

3.2 อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่ออิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer ในระดับมาก มีความเห็นว่า หากสินค้าในโฆษณาเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จักมาก่อน การทำโฆษณาแฝงโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงจะทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้านั้น แต่หากเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจมากขึ้น เสมือนเป็นการตอกย้ำ กระตุ้นให้เกิดการอยากลองและอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาอำไพ กิมแก้ว (2560) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพลบนสังคมออนไลน์โดยพบว่า กลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro Influencer ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานของ ชัญญาภรณ์ แสงตะโก (2560) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า High Involvement ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยพบว่า Macro-Influencer มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ระดับสร้างความน่าเชื่อถือ ตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3.3 อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่ออิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro influencer ในระดับมาก จากการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็น Micro Influencer เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จักที่มีความรู้ หรือรีวิวจากผู้ใช้จริงบนช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่ขั้นตอนการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ แต่ไม่ทราบแหล่งข้อมูลเหล่านี้เป็น Micro-Influencer ในขณะที่ความตั้งใจในการออมมีมากในอิทธิพลจาก Macro Influencer ซึ่งเป็นการสื่อสารในวงกว้างและรับรู้มาก่อนหน้านี้แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาอำไพ กิมแก้ว (2560) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพลบนสังคมออนไลน์โดยพบว่า กลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Micro Influencer ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพลบนสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และยังสอดคล้องกับ ชัญญาภรณ์ แสงตะโก (2560) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของ Micro-Influencer ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า High Involvement ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยพบว่า Micro-Influencer จะมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อแบรนด์หรือ สินค้านั้นในระดับสร้างความพึงพอใจ (Preference) ตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเท่านั้นแต่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ

3.4 อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มทางตรง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้ความสำคัญต่ออิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านอิทธิพลของกลุ่มทางตรง ในระดับมาก มีความเห็นว่า บุคคลที่มีเกี่ยวข้องกันทางตรง ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน จะสามารถเป็นแรงจูงใจและทำให้บุคคลที่ใกล้ชิดเกิดแนวโน้มที่จะคล้อยตามหรือมีพฤติกรรมตาม โดยการสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าไปจากกลุ่มทางตรงไปกลุ่มผู้บริโภคส่งผลไปในทางบวกดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน โดยสรุปได้ว่า กลุ่มนี้จะมีการรับชมในกลุ่มวิดีโอออนไลน์ที่คล้ายคลึงกันเชื่อคำแนะนำจากกลุ่มทางตรงมากกว่ากลุ่มทางอ้อม และจะมีการปรึกษาก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าหรือบริการก่อนทุกครั้ง โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้ามากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาอำไพ กิมแก้ว (2560) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มี

อิทธิพลบนสังคมออนไลน์โดยพบว่า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงทางตรงในผู้รับชมวิดีโอออนไลน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจจะซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาอิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

อิทธิพลการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ในระดับมาก มีความเห็นว่าความมั่นคงของมนุษย์ทางด้านเศรษฐกิจอยู่ในขั้นความต้องการความปลอดภัย และความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวและเพื่อสนองความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยได้แก่ การประกันชีวิตแบบสะสมโดยมองถึงความปลอดภัยในกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินจะได้รับค่าชดเชยและกรณีครบกำหนดสัญญาจะได้รับเงินคืนพร้อมดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิศากัญญาเล่าชู (2558) ทำการศึกษาวิถีชีวิตกับการประกันชีวิตของคนไทยโดยพบว่า การประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการความมั่นคงในชีวิตทางด้านเศรษฐกิจและความมั่นคงในชีวิตทางด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความเสี่ยง ในระดับมาก มีความเห็นว่าสรุปได้ว่าจากการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง เป็นสภาวะที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกหรือเชื่อว่ามีความเสี่ยงในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตหากตัดสินใจผิดพลาดจึงชะลอการตัดสินใจและศึกษาหาข้อมูลเงื่อนไขความคุ้มครองหากข้อมูลที่ได้รับถูกนำเสนออย่างครบถ้วนก็จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภัสรา ปุงคานนท์ (2559) ทำการศึกษารับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านช่องทางการตลาดทางธนาคารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในภาพรวม ประกอบด้วย ด้านหน้าที่ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตใจ และด้านเวลา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มจะซื้อกรมธรรม์ และแนวโน้มการแนะนำบุคคลที่ทำรู้จักมาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านช่องทางการตลาดทางธนาคาร ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. อิทธิพลการรับรู้ผลตอบแทน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

อิทธิพลการรับรู้ผลตอบแทน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ผลตอบแทน ในระดับมาก มีความเห็นว่าหากต้องการให้เงินออมนั้นงอกเงยเร็วขึ้นก็ต้องนำเงิน ออมที่เก็บสะสมไว้ไปลงทุนให้เกิดผลประโยชน์สูงขึ้น และเพิ่มความมั่งคั่งของบุคคลให้มากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทิตตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลตอบแทน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. อิทธิพลการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

อิทธิพลการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ผลตอบแทน ในระดับมาก มีความเห็นว่าสรุปการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ ต้องมีความตระหนักรู้โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบด้านเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้บุคคลสามารถวางแผนเกษียณอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวัช กรุณาเพ็ญ (2560) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y โดยพบว่า จากผลการวิจัยพบว่าระดับความตระหนักรู้เกี่ยวกับการวางแผนเกษียณอายุมีผลต่อการออม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่รับประกันชีวิตในการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกัน ดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้น เพศหญิงเป็นกลุ่มที่เลือกออมเงินผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์น้อยกว่าเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่งผลต่อการทำอาชีพที่มีความมั่นคงและส่งผลต่อรายได้ต่อเดือนที่สูงขึ้น ทำให้มีกำลังในการบริโภคใช้จ่ายหรือเก็บออม ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรส่งเสริม และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อผู้ออมที่เป็นเพศหญิงให้มากขึ้น เนื่องจากสถิติการเพิ่มขึ้นของประชากรเพศหญิงที่มากกว่าเพศชายอย่างเห็นได้ชัด และในอนาคตเพศหญิงจะมีอายุยืนขึ้นกว่าเดิม และมีการศึกษาที่ดี หน้าที่การงานที่มั่นคง ส่งผลให้รายได้สูงขึ้น บริษัทประกันจึงควรมีการให้ข้อมูลถึงรูปแบบประกันที่เหมาะสมต่อการใช้ชีวิตและตอบโจทยสำหรับผู้มุ่งหวังที่คาดว่าจะสามารถออมเงินโดยการซื้อประกันแบบสะสมทรัพย์เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี และออมเพื่อรับผลตอบแทนที่สูงกว่าการเก็บออมเงินแบบฝากธนาคาร

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านสถานภาพ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุและสถานภาพต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรส่งเสริมให้ความรู้ และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละช่วงอายุต่าง ๆ สำหรับผู้ที่มีสถานภาพต่างกันอาจมีวัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่โสด รวมทั้งผู้ที่หย่าร้าง อาจวางแผนทางการเงิน เพื่อให้ตนมีเงินใช้ในวัยปลายของชีวิต ส่วนผู้ที่สมรสแล้วอาจซื้อประกันชีวิต เพื่อป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดฝัน ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อคู่สมรส หรือบุตร อย่างไรก็ตามผู้ซื้อในสถานภาพต่าง ๆ นั้น ล้วนแล้วแต่มีความสนใจและเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ในทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่เหมือนกัน

อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์

1. ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ด้านการโฆษณาโดยบริษัทหรือเจ้าของสินค้า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในฝันแบบ Macro influencer ด้านอิทธิพลของกลุ่มทางตรง มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรรมวิธีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานใน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ผู้บริโภคได้ชัดเจนว่าเนื้อหาที่ได้จากวิดีโอเกิดจากบริษัทเป็นผู้สร้างขึ้น โฆษณาที่ถูกใจผู้บริโภค มีอิทธิพลโดยตรงกับความถี่ที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์และความตั้งใจที่จะออมเงินผ่านรูปแบบการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน และการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลการรับรู้ผลตอบแทน อิทธิพลการรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ มีผลต่อความตั้งใจในการออมผ่านกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น บริษัทประกันควรให้ความสำคัญด้านรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลตอบแทน การรับรู้ด้านการวางแผนเกษียณอายุ เป็นอย่างมาก ธุรกิจประกันชีวิตจำเป็นต้องสร้างความไว้วางใจทั้งในด้านภาพลักษณ์และด้านบริการขององค์กร จะทำให้เกิดความจงรักภักดีการมาใช้บริการซ้ำ และเกิดการบอกต่อ บริษัทประกันชีวิตควรพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อลดปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ควรมีการทบทวนนโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือดอกเบี้ย เพื่อสร้างแรงจูงใจของระยะเวลาการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ที่สนใจจะออมเงินหรือลงทุน ภาครัฐต้องมีการส่งเสริมให้ภาคบุคคลมีการออมและการลงทุนเพื่อเกษียณอายุในสัดส่วนที่มากขึ้น ควรออกนโยบายส่งเสริมให้มีการออม

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ เช่น ค่าใช้จ่ายจำนวนสมาชิกในครอบครัว และหนี้สิน เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนวัยทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น พื้นที่ในเขตจังหวัดภาคกลางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการออม เพื่อความมั่นคงในชีวิต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2548). รายงานการศึกษาเรื่องทิศทางและรูปแบบการจัด

สวัสดิการสังคมของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เทพเพ็ญวานิสย์.

ชัยฎาภรณ์ แสงตะโก. (2561). อิทธิพลของ Micro-Influencer ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า High Involvement ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล. การค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ชิตากัญญา เล่าชู. (2558). ชีวิตกับการประกันชีวิตของคนไทย, ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิตศึกษามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ธนโชค กาญจนันทวงศ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเงินผ่านบัญชีเงินฝากประจำ และกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, วิทยาเขตตรัง, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

เนษพร นาคสีเหลือง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคาร

- กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปัทมา จำปาเต็ม และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร, วารสารวิชาการ, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 9(3), 259-276.
- ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระนี้ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชนิกร วงศ์จันทร์. (2553). การบริหารการเงินส่วนบุคคล. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ลดาอำไพ กิมแก้ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพล บนสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวัช กรณาเพ็ญ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y. การค้นคว้าอิสระ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สาวิตรี ศรีวิมลศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณา ออนไลน์ในเขตคลองเตยและบางบอนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด พ.ศ.2561. ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2563, จาก / [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=5628](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5628).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีรฟิล์มและไซเทกซ์.
- อาภัสรา ปุงคานนท์. (2559). การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกัน ชีวิตผ่านช่องทางการตลาดทางธนาคารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.สาขาวิชาการจัดการ, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Jiranyakul, K. (2011).On the Risk-Return Tradeoff in the Stock Exchange of Thailand: New Evidence, *Asian Social Science*, Vol. 7(7), 115-123.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading MA.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The Challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons* 53 (1), 59-68.
- Martin,S. S., & Camarero, C. (2008). Consumer trust to a web site: moderating effect of attitudes toward online shopping. *Cyber Psychology & Behavior*,11(5), 549-554.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior*. 4th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.