

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021\*  
FACTORS INFLUENCING THE PURCHASING DECISION OF LIFE  
INSURANCE IN 2021

สถาพร เกียรติพิริยะ

Sathaporn Kietpiriya

กัณหา พงษ์พิงศกร

Kanha Pharitpongsakorn

วิเชียร โสมวิภาต

Wichien Somvipat

ไชยา ประดิษฐ์ธรรม

Chaiya Pradittham

ประสิทธิ์ เพยกกลิ่น

Prasit Pheykrin

มหาวิทยาลัยภาคกลาง

The University of Central, Thailand

E-mail: sathapornkeit@gmail.com

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิต 2) ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตและ 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตใน ค.ศ. 2021 โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่เคยซื้อหรือถือกรมธรรม์ประกันชีวิตอย่างน้อย 1 ครั้ง ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติแบบ t – test และ One - Way ANOVA โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปประมวลผล ผลวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 สถานภาพสมรสแล้ว มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีการซื้อประกันชีวิตในรูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 1 ฉบับ และซื้อประกันชีวิตผ่าน

---

\* Received October 6, 2021; Revised December 20, 2021; Accepted March 21, 2022

ตัวแทน/พนักงานขายประกัน 2) ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตด้านผลิตภัณฑ์บริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการกำหนดราคาบริการ ตามลำดับ และ 3) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตด้านอายุรายได้รูปแบบประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงควรเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้มีความหลากหลาย

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจเลือกซื้อ, ประกันชีวิต, ผู้ทำประกันชีวิต

## Abstract

The objectives of this research article were to: 1) study the personal factors of life insurance insurers. 2) Study the factors affecting the decision to buy life insurance and 3) Comparison of personal factors of life insurers that affect the decision to buy life insurance in 2021, which is a quantitative research, the sample group used in this study are: Individuals who have bought or held a life insurance policy at least 1 time living in Thailand By random sampling of 400 people using a questionnaire as a data collection tool. The data were analyzed using descriptive statistics such as percentage and mean, and inferential statistics such as t - test and One - Way ANOVA statistics, using a ready-made computer program. The results of the research found that 1) the personal factors of life insurance insurers were mostly female. Aged between 31 - 40, marital status Occupation employer / employee of a private company have average monthly income 30,001 - 40,000 baht with a bachelor's degree Life insurance is purchased in the form of accumulating life insurance. There were 1 life insurance policy and purchased life insurance through an insurance agent/salesperson. 2) Factors affecting the decision to purchase life insurance products in terms of service products were at the highest level, followed by physical evidence regarding service pricing, respectively. And 3) Comparison of personal factors of life insurers in terms of age, income, life insurance form, number of insurance policies, life insurance companies, different objectives of life insurance purchases, affecting the overall life insurance purchase decision. Statistically significantly different at the level 0.05 should focus on developing a variety of life insurance products.



**Keywords:** Purchase Decision, Life Insurance, Insurance Customers

## บทนำ

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคนย่อมมีปัจจัย 4 ในการดำรงชีพ ได้แก่ อาหารที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มยารักษาโรค ซึ่งมนุษย์ทุกคนย่อมต้องการที่จะมีอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อร่างกายมีที่อยู่ที่ดีปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน มีเครื่องนุ่งห่มที่ให้ความอบอุ่น และยารักษาโรคเพื่อดูแลตนยามเจ็บป่วย ชีวิตทุกคนย่อมต้องอยู่บนความไม่แน่นอนและความเสี่ยงการทำให้ประกันชีวิตนับเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยลดความเสี่ยงในอนาคต เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดในอนาคตที่ไม่สามารถประมาณการสิ่งที่จะเกิดในอนาคตได้ การทำประกันชีวิตมีประโยชน์หลายด้าน ได้แก่ การคุ้มครองผู้ทำประกันชีวิต ช่วยให้ผู้ทำประกันสามารถบริหารจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับชีวิตในอนาคตของผู้ ทำประกันชีวิตหรือครอบครัวให้ดีขึ้น ทำให้สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายทางการเงินที่จะเกิดขึ้นหากเกิดการสูญเสียกับผู้ทำประกันภัย การเพิ่มความมั่นคงทางการเงินให้กับผู้ทำประกันชีวิตและครอบครัว เช่น เป็นเงินสำรองให้กับครอบครัวไว้ใช้ อีกทั้ง ยังเป็นเครื่องมือในการวางแผนการออมเงินและเป็นการลงทุนในระยะยาว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการวางแผนภาษีบุคคลธรรมดาได้อีกด้วย (สาลินี ชัยวัฒน์พร และคณะ, 2564)

ในอดีตการทำประกันชีวิตเป็นเรื่องที่ไกลตัวสำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่ เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่ไม่จำเป็น สิ้นเปลืองเงินทอง เพราะจะต้องมีการจ่ายค่าเบี้ยประกัน และยังไม่เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับรัฐบาลจึงให้ความสำคัญและสนับสนุนธุรกิจประกันชีวิต เห็นได้จากการกำหนดมาตรการและนโยบายส่งเสริมการประกันชีวิตภาครัฐ เช่น การใช้มาตรการภาษี และการขายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนรวมทั้ง ภาคธุรกิจเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิต ทำให้การประกันชีวิตในประเทศไทยมีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการบริการของสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่เป็นการดำเนินกิจการและการบริการอย่างครบวงจร ( Universal Bank) เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กรของตนเอง สร้างความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการทำกำไร ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทย บริษัทประกันต่าง ๆ มากมาย ต่างก็พยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร (นุชนาฏ ศรีนุกูล, 2557)

นอกจากประกันชีวิตที่กล่าวมาข้างต้น ประกันสุขภาพก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่บุคคลทั่วไปให้ความสนใจ เนื่องจากความเสี่ยงที่จะสูญเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากจากการรักษาพยาบาลในกรณีเกิดความเจ็บป่วยสามารถบรรเทาได้จากการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพแต่ยังมีคนส่วนมากที่ไม่นิยมทำประกันสุขภาพ อันเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น การมี

มุมมองต่อธุรกิจประกันภัยในแง่ลบ โดยเฉพาะเรื่องการประพัตดินของตัวแทน/นายหน้าประกันภัยบางกลุ่มที่ไม่มีความโปร่งใส หรือดูแลไม่ทั่วถึง แจ้งข้อมูลไม่ครบ ส่งผลให้คนทั่วไปรู้สึกว่าบริษัทประกันไม่น่าเชื่อถืออีกทั้ง ยังมองว่าการชดเชยความเสี่ยงมีเงื่อนไขที่ซับซ้อนและเกรงว่าบริษัทประกันไม่ซื่อสัตย์ นอกจากนี้ คิดว่าการทำประกันสุขภาพเป็นสิ่งที่ยังไม่จำเป็นเป็นการนำเงินทิ้งโดยสูญเปล่า ในกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานยังมีความรู้สึกว่าจะดีมีสุขภาพที่ดีหรือยังมีรายได้น้อย ค่าใช้จ่ายในลักษณะเดือนชนเดือน รวมไปถึง การที่บางคนคิดว่าการทำประกันแล้วต้องคุ้ม ต้องไม่ขาดทุน ทั้งที่ ในความเป็นจริงแล้วค่าใช้จ่ายในการทำประกันเป็นค่าใช้จ่ายที่เอาไว้ชดเชยความเสี่ยงยังมีอีกหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบไม่แพ้กัน อย่างเช่น การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) หรือการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะทำให้รูปแบบของธุรกิจนั้นแตกต่างไปจากเดิม โดยสิ้นเชิง (Business Disruption) แต่ในปี ค.ศ. 2021 มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ไปทั่วโลก ทำให้ผู้คนตระหนักถึงอันตรายต่อสุขภาพกันมากขึ้น การมีประกันสุขภาพไว้กับตัว จึงถือเป็นเรื่องที่ดีที่ช่วยให้เราสามารถใช้ชีวิตอย่างอุ่นใจได้มากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกซื้อกรมธรรม์หลักเป็นประกันชีวิตพร้อมแนบท้ายสัญญาเพิ่มเติม หรือจะซื้อประกันสุขภาพโดยตรงจากบริษัทประกันวินาศภัยได้เช่นกัน ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น บ่งชี้ได้ว่า ทศคนคิผู้บริโภค ระบบเศรษฐกิจสภาพสังคม มีการเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลกระทบต่อรูปแบบธุรกิจประกันชีวิตเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงต้องการที่ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 เพื่อเป็นข้อมูลให้กับธุรกิจประกันชีวิต จึงต้องเรียนรู้และพร้อมปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้ได้

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา รูปแบบประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต ช่องทางการซื้อประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิต และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการในการทำงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ บุคคลทั่วไปที่เคยซื้อหรือถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตอย่างน้อย 1 ครั้ง ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเคยซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต รวมถึง การต่ออายุกรรมธรรม์ประกันชีวิต กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยมีสมมติฐาน ข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้สูตรการคำนวณของ (Cochran, W. G., 1954) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ออกแบบสอบถามตามหลักทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ เครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกันชีวิตจำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำไปหาค่าความเที่ยงตรงโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.67 - 1.00 (บุญชมศรีสะอาด, 2553) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 1.00 นำไปทดลองใช้กับกลุ่มคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และได้หาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, L. J., 1990) ของแบบทดสอบทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ถือว่าผ่านเกณฑ์โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา รูปแบบประกันชีวิต จำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตช่องทางการซื้อประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิต และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเป็นแบบคำถามที่ให้เลือกตอบ(Check list)

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 จำนวน 22 ข้อ จำแนกรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการกำหนดราคาบริการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารการตลาดบริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านบุคคล และด้านหลักฐานทางกายภาพเป็นแบบคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Likert Scale) (Likert, Rensis, 1967) ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบคำถามปลายเปิด

### วิธีการรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากโดยบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเคยซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต รวมถึง การต่ออายุกรรมธรรม์ประกันชีวิต เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดจึงทำ

การเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มีกลุ่มตัวอย่างหนาแน่น เช่น สถานที่ราชการ ธนาคาร สถานศึกษา สำนักงานตัวแทนประกันชีวิต ห้างสรรพสินค้า สถานที่ท่องเที่ยว บุคคลทั่วไป ด้วยโดยวิธีการส่งแบบสอบถาม ส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2564

### การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายในส่วนข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการหาความกว้างของอันตรภาค ดังนี้ คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายความว่า มีความสำคัญระดับมากที่สุด 3.51 - 4.50 หมายความว่า มีว่ามีความสำคัญระดับมาก 2.51 - 3.50 หมายความว่า มีความสำคัญระดับปานกลาง 1.51 - 2.50 หมายความว่า มีความสำคัญระดับน้อย และ 1.00 - 1.50 หมายความว่า มีความสำคัญระดับน้อยที่สุด (บุญชมศรีสะอาด, 2553) และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้สถิติ: T - test, One Way Anova (F - test) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปประมวลผล

### ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ผลจากการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของคนทำประกันชีวิตซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.80 มีอายุระหว่าง 31 - 40 คิดเป็นร้อยละ 47.50 สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.00 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.30 มีการซื้อประกันชีวิตในรูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 40.30 โดยมีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 1 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 63.80 โดยส่วนใหญ่นิยมซื้อประกันชีวิตกับ 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอไอเอ (AIA) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา บริษัทกรุงไทย - แอ็กซ่า ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 22.00 บริษัทไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 19.30 บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 17.30 ตามลำดับซื้อประกันชีวิตผ่านตัวแทน/พนักงานขายประกัน คิดเป็นร้อยละ 71.00 โดยมีวัตถุประสงค์ซื้อประกันชีวิตเพื่อการออม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา เป็นเงินทุนสำรองให้ตนเอง



ยามเจ็บป่วย/เกษียณ คิดเป็นร้อยละ 20.30 ลดความเสี่ยง/ป้องกันความเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 13.50 ลดหย่อนภาษี คิดเป็นร้อยละ 10.00 ต้องการผลตอบแทนที่สูงกว่าเงินฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 8.80 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตมากที่สุด ได้แก่ แฟน/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.80 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.30ญาติ คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตัวแทน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 6.30 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในปี ค.ศ. 2021 แสดงถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในปี ค.ศ. 2021 ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ทั้ง 7 ด้าน

การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในปี ค.ศ. 2021 ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	4.6045	0.52092	มากที่สุด
ด้านการกำหนดราคาบริการ	4.5106	0.53894	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย	4.2775	0.49346	มากที่สุด
ด้านการสื่อสารการตลาดบริการ	4.1938	0.61870	มาก
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.1906	0.53488	มาก
ด้านบุคคล	4.3750	0.53890	มากที่สุด
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.5569	0.53074	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.3906	0.42507	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.39 และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยพบว่าด้านผลิตภัณฑ์บริการอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาได้แก่ด้านหลักฐานทางกายภาพและด้านการกำหนดราคาบริการตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 แสดงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021

ค่า F - test (sig.)	ปัจจัยทางผลการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในปี ค.ศ. 2021							
	ด้าน ผลิตภัณฑ์ บริการ	ด้าน การ กำหนด ราคา บริการ	ด้าน การ จัด จำหน่าย	ด้าน การ สื่อสาร การตลาด บริการ	ด้าน กระบวนการ ในการ ให้บริการ	ด้าน บุคคล	ด้าน หลักฐาน ทาง กายภาพ	ภาพรวม
เพศ	0.226	0.423	0.149	0.895	0.106	0.133	0.047*	0.344
อายุ	.000*	.000*	.013*	.000*	0.091	.015*	.000*	.000*
สถานภาพการ สมรส	.003*	.020*	0.686	0.087	.027*	0.4	.012*	0.218
อาชีพ	.020*	0.186	0.933	0.58	0.108	0.961	0.695	0.918
รายได้	.000*	.000*	0.37	.000*	0.091	.000*	.000*	.000*
ระดับการศึกษา	.006*	0.306	0.7	0.478	0.385	0.102	.001*	0.192
รูปแบบประกัน ชีวิต	.000*	.000*	.019*	.001*	.002*	0.066	.000*	.000*
จำนวนกรมธรรม์ ประกันชีวิต	.000*	.005*	0.503	.038*	0.156	.034*	.005*	.046*
บริษัทประกัน ชีวิต	.000*	.000*	.000*	.000*	0.067	.000*	.000*	.000*
ช่องทางการซื้อ ประกันชีวิต	0.314	0.215	0.269	0.416	0.259	0.761	0.103	0.237
ตามวัตถุประสงค์ ในการซื้อประกัน ชีวิต	.000*	.000*	.049*	.000*	.000*	.001*	.000*	.000*
บุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ ซื้อประกันชีวิต	.002*	.046*	0.486	0.096	0.208	0.185	.004*	0.059

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต  
ในปี ค.ศ. 2021 ในภาพรวม พบว่า

เมื่อจำแนกตามเพศ เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



เมื่อจำแนกตามอายุ อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส สถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามอาชีพ อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามรายได้ รายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามรูปแบบประกันชีวิต รูปแบบประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามบริษัทประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามช่องทางการซื้อประกันชีวิต ช่องทางการซื้อประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 บุคคลของผู้ทำประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 สถานภาพสมรสแล้ว มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีการซื้อประกันชีวิตในรูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 1 ฉบับ ซื้อประกันชีวิตผ่านตัวแทน/พนักงานขายประกัน มีวัตถุประสงค์ซื้อประกันชีวิตเพื่อการออม บุคคลที่มีอิทธิพล

ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ได้แก่ แพน/ครอบครัวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง ศึกษา เรื่อง การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพื่อเก็บออมเงิน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการถือกรมธรรม์ ณ ปัจจุบัน จำนวน 1 กรมธรรม์และสำหรับการซื้อกรมธรรม์ ส่วนใหญ่จะซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิต 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลด้านกระบวนการในการทำงาน และด้านลักษณะทางกายภาพปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อจำแนกรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านการกำหนดราคาบริการ (ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญฐิยา ภัทรกิจจานุรักษ์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 4 ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตด้านอายุรายได้รูปแบบประกันชีวิตจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตบริษัทประกันชีวิตวัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 แตกต่างกัน ส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำประกันชีวิตด้าน เพศ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา ช่องทางการซื้อประกันชีวิต และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ไม่แตกต่างกัน (ญฐิยา ภัทรกิจจานุรักษ์, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญฐิยา ภัทรกิจจานุรักษ์ ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามเพศ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน (ญฐิยา ภัทรกิจจานุรักษ์, 2560) อีกทั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิสักดิ์ สุขเจริญและคณะ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศ ระดับ



การศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน (วุฒิสักดิ์ สุขเจริญ และคณะ, 2562)

## สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้ทำประกันชีวิตจะพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตจากรูปแบบของกรมธรรม์ที่ตรงตามความต้องการอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์อยู่ในเกณฑ์ที่น่าสนใจสูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์ระยะเวลาในการส่งเบี้ยประกันสั้นและได้รับเงินสะสมคืนตามกำหนดระยะเวลาในกรมธรรม์มีสัญญาเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ เช่น คຸ້ມครองกรณีทุพพลภาพ การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ คຸ້ມครองโรคร้ายโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 เป็นต้น และเบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ เป็นหลัก ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต จึงควรตระหนักเสมอว่า ผู้จะทำประกันชีวิตย่อมพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ซึ่งทำให้เห็นว่าถ้าองค์กรธุรกิจต้องนำเสนอทั้งความน่าเชื่อถือ ความหลากหลายของรูปแบบกรมธรรม์ความคุ้มครองให้มากขึ้น อีกทั้ง ความแตกต่างด้านอายุ รายได้ รูปแบบประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิต ผู้ทำประกันส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต แสดงให้เห็นว่า ผู้ทำประกันมีความหลากหลายลักษณะมากขึ้น ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตควรจะต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (7Ps) ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต โดยเฉพาะในส่วนของผลิตภัณฑ์บริการควรเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้มีความหลากหลาย ควรคิดสร้างสรรค์รูปแบบการทำประกันให้หลากหลายตามกลุ่มอายุ อาชีพและรายได้ อย่างเช่นการแบ่งเป็นกลุ่มเพิ่งเริ่มทำงาน กลุ่มทำงานที่มั่นคง ซึ่งทำให้การกำหนดและการวางแผนนโยบายการทำประกันชีวิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และหลักฐานทางกายภาพควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างครบถ้วน สร้างความประทับใจเมื่อมารับบริการ ผู้จะทำประกันชีวิตย่อมต้องการความเชื่อมั่นในองค์กร ในส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัย 1)ศึกษาปัญหาและข้อจำกัดในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตในปี ค.ศ. 2021 ในประเทศไทยแบ่งตามภูมิภาค 2) ศึกษารูปแบบการทำประกันชีวิตด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) และ 3) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ทำประกันชีวิต แรงจูงใจและบุคลิกภาพของผู้ขายประกัน ที่ส่งผลต่อความคาดหวังและผลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. เรียกใช้เมื่อ 19 มิถุนายน 2564 จาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5902030443\\_7994\\_6521.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030443_7994_6521.pdf)
- นุชนาฏ ศรีนุกูล. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิตกรุงเทพฯ อีซีแคช ( 10EC) ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น จังหวัดนครศรีธรรมราช. ใน สารนิพนธ์บริหารมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- บุญชมศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. เรียกใช้เมื่อ 19 มิถุนายน 2564 จาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU\\_2015\\_5702031740\\_2854\\_1822.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031740_2854_1822.pdf)
- วุฒิศักดิ สุขเจริญ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. *The Journal of Sirindhornparithat*, 20(2), 155-165.
- สาลินี ชัยวัฒน์พร และคณะ. (2564). การตัดสินใจเลือกลงทุนการออมของ บริษัทประกันชีวิตในกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 10(3), 187-197.
- Cochran, W. G. (1954). The combination of estimates from different experiments. *Biometrics*, 10(1), 101-129.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper Collins. Publishers.
- Likert, Rensis. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M(Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.