

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู

ในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Purchasing Decision of the Insurance for Teachers
in the Office of Yanawa District, Bangkok.

พัสวีย์ ไช่มุกข์

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด

Passawee Khaimook

Master of Business Administration Program: Stamford International University

ดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Dr. Boonyarat Sampanwattanachai

Assistant Director of Academic Affairs and Acting Head of Media and Marketing

Communication Program

Sripatham International College, Sripatham University

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ข้าราชการครู จำนวน 151 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบเชิงอนุมานใช้ทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณ (Multiple Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู ในการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยหลักทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ: ประกันชีวิต, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การตัดสินใจซื้อ

Abstract

This research aimed to identify factors affecting the purchasing decision of the insurance for teachers in the office of Yanawa district Bangkok, and study the demographic factors in terms of gender, age, education, and average monthly income that influence the decision to buy life insurance for teachers in the office of Yanawa district Bangkok

The sample sizes were 151 teachers. The questionnaires were used to collect the data. The statistics that used to analyze the data were frequency, percentage, standard deviation, Independent Samples t-test, One-Way Anova and Multiple Regression at a confidence level of 95 percent.

The results showed the different age and educational levels significantly affect the decision to buy life insurance for teachers in the office of Yanawa district Bangkok ($p\text{-value} < .05$). But the different gender and average salary per month do not significantly affect the decision to buy life insurance of teachers in the office of Yanawa district Bangkok. Promotion, pricing, product and distribution channel significantly influence the decision to buy life insurance for teachers in the office of Yanawa district Bangkok.

Keywords: Insurance, Marketing Mix Factors, Demographics Factors, Purchasing decision.

บทนำ

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ย่อมอยู่บนพื้นฐานของความไม่แน่นอน และความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดเดาได้ มนุษย์ต้องประสบปัญหา การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อม และยังมีโรคแปลกๆ เกิดขึ้นมากมายอยู่เสมอ เหตุการณ์เหล่านี้ย่อมสร้างความเสียหายที่ตัวบุคคลอื่น ดังนั้นธุรกิจประเภทการประกันชีวิต จึงเข้ามามีบทบาทต่อสังคมมนุษย์ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ ได้มีแรงจูงใจเมื่อมนุษย์ต้องเจ็บป่วย และจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐ อาจจะดูแลไม่ทั่วถึง และไม่ทันการณ์บางครั้งอาจจะต้องเข้ารับการรักษาโรงพยาบาล

เอกชน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ยารักษาโรค และค่ารักษาพยาบาลค่อนข้างสูง แต่ผู้มีรายได้น้อย บางครั้งอาจจะไม่สามารถที่จะเข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาลเอกชนได้ และการเบิกยาที่มีราคาสูงกว่าที่ระบุไว้ ธุรกิจประเภทประกันชีวิตจึงพยายามสร้างความเชื่อมั่นว่า มนุษย์ทุกคนที่ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกันชีวิต สามารถเข้ารับการรักษายาบาลทั้งโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนได้ทั่วไป ตลอดจนได้รับยารักษาโรคที่ดีพอสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต มนุษย์ทุกคนย่อมมีความหวาดกลัวภัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นแก่ตนเองอันจะส่งผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อตนเองรวมถึงสมาชิกในครอบครัว หากผู้เป็นหัวหน้าเหตุให้บาดเจ็บ ทุพพลภาพ หรือถึงขั้นเสียชีวิตในที่สุดก็ส่งผลกระทบต่อสมาชิกในครอบครัวทั้งทางด้านจิตใจ เศรษฐกิจ และอาจเกิดผลกระทบอื่นๆ ในหลายด้านยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ สร้างความเสียหายแก่ชีวิต และทรัพย์สินได้ตลอดเวลา การทำประกันชีวิตจึงได้รับความสนใจจากประชาชนในเขตยานนาวาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ ที่ถึงแม้ว่าจะได้รับสวัสดิการจากรัฐบาลที่ครอบคลุมความต้องการเช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินบำเหน็จ และเงินบำนาญตอนเกษียณอายุราชการ อีกทั้งยังมีสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

ในขณะที่ครอบครัวข้าราชการไทยมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 49,915 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 41,081 บาท

ตาราง รายได้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนของข้าราชการไทย

(หน่วย:บาท)

ประเภทตำแหน่ง	รายได้	ค่าใช้จ่าย	หนี้สิน
ทั่วไป	42,850	36,911	996,931
วิชาการ	51,477	42,025	1,160,766
อำนวยการ	105,612	73,290	1,478,840
บริหาร	159,813	104,682	1,511,645
รวมทุกประเภท	49,915	41,081	1,111,425

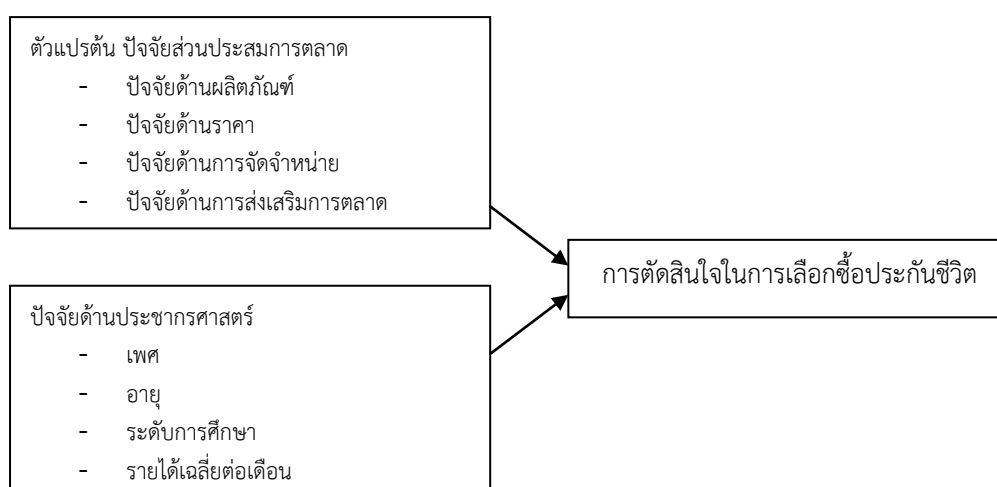
ที่มา: การสำรวจภาวะครองชีพของข้าราชการพลเรือนสามัญ พ.ศ. 2555 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

เพราะฉะนั้นสิ่งที่สำคัญรายได้เฉลี่ยของข้าราชการยังมากกว่ารายได้เฉลี่ยของคนทั่วไป เพราะจากการสำรวจในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556 คนไทยทั่วประเทศมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนเดือนละ 25,403 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 19,259 บาท นอกจากนั้นยังมีปัญหาในด้านตัวผู้บริโภคเอง ส่วนใหญ่ก็ยังไม่เห็นถึงความจำเป็นในการทำประกันชีวิตที่จะซื้อกรมธรรม์หรือทำประกันชีวิตด้วยตนเอง เพื่อที่จะนำมาวางแผน การดำเนินงาน และปัญหาในด้านตัวผู้บริโภคเอง ส่วนใหญ่ก็ยังไม่เห็นถึงความจำเป็นในการทำประกันชีวิตจนถึงขนาดที่ จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตด้วยตนเองต้องรอให้มีผู้มาชักชวนให้ทำก่อน จึงตัดสินใจทำประกันชีวิต ในปัจจุบันการทำประกันชีวิต

ค่อนข้างที่จะแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้มีรายได้ในสาขาอาชีพต่างๆ ธุรกิจประกันชีวิต นอกจากจะเป็นประโยชน์กับผู้ทำประกันในด้านคุ้มครองชีวิต และทรัพย์สินโดยตรงแล้ว การประกันชีวิตยังมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศชาติอีกด้วยในแง่ของการออมทรัพย์ และการทุน นอกจากบริษัทประกันชีวิตจะเป็นแหล่งระดมเงินทุนแล้วยังช่วยสร้างงานให้กับประชาชนในสังคมอีกด้วย ทำให้เกิดการจ้างงานจึงสามารถช่วยรัฐบาลลดอัตราการว่างงานได้ ส่วนหนึ่งการดำรงชีวิต คนเราไม่ว่าจะมีอาชีพใดมีฐานะอย่างไร ทุกคนคงยอมรับ ว่าจากความไม่แน่นอนของชีวิตอาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อสำหรับผู้ที่มีฐานะดีอยู่แล้ว ถ้าต้องเสียชีวิตก่อนเวลาอันสมควร ก็อาจจะไม่ทิ้งภาระไว้กับผู้ที่ยังอยู่ข้างหลัง แต่สำหรับผู้ที่มีฐานะไม่มั่นคงการเสียชีวิตของผู้ปกครองหรือหัวหน้าครอบครัว ต้องเป็นปัญหาใหญ่กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะฉะนั้นการทำประกันชีวิตก็เป็นการสร้างหลักประกันได้อีกวิธีหนึ่งซึ่งการทำประกันชีวิตก็คือ การเฉลี่ยค่าความเสี่ยงร่วมกันของคนที่ทำประกัน โดยทุกคนจะจ่ายเงินส่วนหนึ่งให้กับบริษัทที่รับผิดชอบ ซึ่งอาจจะจ่ายครั้งเดียวหรือจ่ายเป็นงวด และเมื่อเกิดเหตุขึ้น บริษัทจะชดใช้เงินคืนให้กับผู้รับประโยชน์ตามจำนวนเงินที่ผู้ทำประกันได้ตกลงไว้แต่แรก ซึ่งการทำประกันนั้นสามารถ เลือกทำได้หลายรูปแบบเช่น แบบสะสมทรัพย์ แบบตลอดชีพ แบบชั่วระยะเวลา หรือแบบเงินได้ประจำ มีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งได้รับผลกระทบอย่างมากในระบบเศรษฐกิจที่ผันผวน เช่นนี้ ข้าราชการที่ทำงานให้กับรัฐบาล ข้าราชการส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยได้รับเงินเดือน รายจ่ายส่วนมากต้องจ่ายให้กับค่าครองชีพ บิดา มารดา บุตร ญาติ ค่าใช้จ่ายในการทำงาน ค่ารักษาพยาบาล ที่เบิกไม่ได้ เมื่อข้าราชการผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวได้เกิดการเสียชีวิตก่อนเวลาอันควร ครอบครัวต้องเดือดร้อนเพราะขาดรายได้เมื่อหัวหน้าครอบครัวหรือผู้ที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใน ครอบครัว เสียชีวิตก่อนเวลาอันควร แต่ค่าใช้จ่ายที่มีอยู่เดิมในครอบครัวยังคงต้องดำเนินต่อไป หรือหากไม่มีรายได้เข้ามาทดแทนรายได้เดิมที่ขาดหายไปย่อมส่งผลกระทบต่อบุคคลที่อยู่ในครอบครัวในการดำรงชีวิตอยู่ต่อไป หรือมีอายุยืนยาวกว่าปกติ เงินที่สะสมไว้เพื่อใช้ในวัยเกษียณอายุอาจไม่เพียงพอ ตัวเองจะต้องเดือดร้อนเพราะขาดเงิน ในการดำรงชีพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการในเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งความไม่แน่นอนในชีวิตทุกเมื่อหากได้ทำประกันชีวิตไว้ และผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตก่อนครบกำหนดสัญญา ผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินเอาประกันภัยครบจำนวนจากบริษัทประกันชีวิต เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนทดแทนรายได้ที่ต้องขาดหายไปจากภัย การเสียชีวิตผู้เอาประกันภัย หากได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญไว้ โดยมีเงื่อนไขว่าในช่วงเวลาสะสมก่อนรับบำนาญผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายเบี้ยประกันภัยอย่างต่อเนื่องตามระยะเวลาที่กำหนด และช่วงรับบำนาญเมื่อถึงกำหนดอายุ โดยปกติเป็นช่วงเวลาอายุระหว่าง 60 ปีถึง 85 ปีถึง 90 ปี บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินรายปี ในลักษณะเป็นบำนาญให้อย่างต่อเนื่องทุกปี หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตก่อนได้รับเงินบำนาญครบตามสัญญา และหากยังมีเงินเหลือจ่าย ผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินจำนวนนี้แทน ทั้งนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่กำหนดในกรมธรรม์ ประกันชีวิตจึง

เข้ามามีบทบาท ในการเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดเหตุที่ไม่คาดฝัน หรือเป็นการรับประกันว่าถ้าหัวหน้าครอบครัวเกิดการเจ็บป่วยขึ้นมา บริษัทประกันจะเข้ามามีบทบาท ในการช่วยเหลือในการลดภาระให้กับครอบครัวนั้น เช่น การรักษาพยาบาล เป็นต้น และยังมีบทบาท กับการออมเงินเพื่อไว้ใช้หลังจากเกษียณอายุ และประกันชีวิตยังสามารถช่วยให้มีสวัสดิการ เพื่อใน ยามเจ็บป่วยหลังเกษียณอายุจะมีระดับการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพื่อเป็นแนวทางในการ พัฒนา และนำไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดให้กับบริษัทประกันชีวิตให้ เหมาะสม

กรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย



วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตที่ ของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงาน เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่ มีความแปรปรวนแตกต่างกันหรือไม่ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัด สำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานครใน ปีการศึกษา 2557 จำนวน 151 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับการประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกประกันชีวิต
ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มี 5 ระดับซึ่งมีความหมายดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	ให้	4	คะแนน
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	ให้	3	คะแนน
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	ให้	2	คะแนน
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยสุด	ให้	1	คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแสดมพอด ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม
2. การจัดข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยส่งแบบสอบถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบ 151 ฉบับ
3. นำผลมาคำนวณทำตามวิเคราะหตามจุดมุ่งหมาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัย
 1. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและคัดเลือกแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาเตรียมวิเคราะห์
 2. การวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ร้อยละ (%)
 3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

กำหนดตามน้ำหนักคะแนน จากแบบสอบถามให้คะแนนตามแบบ Likert (Best & Kahn, 1993, p.246)

ค่าเฉลี่ย 1.00 ถึง 1.49	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 ถึง 2.49	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 ถึง 3.49	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 ถึง 4.49	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 ถึง 5.00	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร โดยใช้ผลทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (Independent Sample t-test, One Way ANOVA)

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Multiple Regression) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณ ที่เป็นตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง: เน้นงานของ กรรณิการ ศรีพรม (2548)
2. สร้างแบบสอบถามให้มีข้อความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และคำศัพท์นิยามเฉพาะ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อให้คำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุง

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร สรุปผลวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐาน	ผลลัพธ์
สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง	
- เพศ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวากรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวากรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธ
สมมติฐาน	ผลลัพธ์
- อายุ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวากรุงเทพมหานคร	ยอมรับ
- ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตยานนาวากรุงเทพมหานคร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแปรปรวนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวากรุงเทพมหานคร	
	ยอมรับ

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อ การพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่น้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	SD.	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	4.275	0.480	มาก
2. ราคา (Price)	4.267	0.507	มาก
3. การจัดจำหน่าย (Place)	4.200	0.498	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.186	0.470	มาก
รวม	4.232	0.488	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.232$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.4 - 4.7 วิธีที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{X} = 4.275$) รองลงมาคือด้านราคา (Price) ($\bar{X} = 4.267$) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X} = 4.200$) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X} = 4.186$) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

Model	R	R Square
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	.862 ^a	.743

จากผลทดสอบโดยใช้ Multiple Regression Analysis พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ .862 และสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 74.3 ($R^2 = .743$)

3. แบ่งเป็นด้านๆด้านที่มีค่าสูงที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้าน ที่มีค่าน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา

จากการทดสอบสมมติฐาน ทั้ง 2 สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องเพศ รายได้ต่อเดือนต่างกัน จะให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องอายุ ระดับการศึกษาต่างกัน จะให้ความสำคัญแตกต่างกัน ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 จากการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกัน ได้แก่ด้านที่มีมากที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านที่น้อยที่สุดคือการจัดจำหน่าย

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยและผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีดังนี้

1.1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องเพศ รายได้ต่อเดือนต่างกัน จะให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานครปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญจมา แจ่มสุวรรณ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัท เอ็นพีซี เซฟตี้ แอนด์ เอ็นไวรอนแมนทอล เซอร์วิส จำกัดการศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา (ณิชา เกษมพงษ์เพชร, 2554) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ปัจจัยส่วนบุคคลเฉพาะด้าน เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือบริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

1.2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องอายุ ระดับการศึกษาต่างกัน จะให้ความสำคัญแตกต่างกันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูสมาน สะบีบุรราห์มาน และคณะ (2556) การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นประเภทการวิจัยในลักษณะการ วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย วุฒิกการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันโดยภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัย

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลดังนี้

2.1. ด้านผลิตภัณฑ์ การพัฒนามีการขยายตัวให้กับธุรกิจประกันชีวิต มีการขยายตัวอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการสร้าง ความมั่นคง และความน่าเชื่อถือ ให้กับตัวบริษัทของประกันชีวิตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูสมาน ฮะบีบุรราห์มาน และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัทกรุงเทพ แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์คือ ประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการทำประกัน

2.2. ด้านราคา การจัดจำหน่ายกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องมีเงินทุนจึงมีการแข่งขันสูง ปัญหาหลักคือการให้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบราคาบริการหรือสินค้ากับบริษัทคู่แข่ง เพื่อหลีกเลี่ยงการเปรียบเทียบราคาของผู้บริโภคจะต้องปรับราคาและการแจ้งเตือนการชำระค่าเบี้ยประกันให้แตกต่างกับให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐตา สงวนพวง (2552) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องเบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระตลอดสัญญา พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3. ด้านการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึงการส่งมอบบริการแก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เน้นความสามารถกระจายสินค้า และให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของกลมภัทร นิยมนา (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครราชสีมา ได้กล่าวว่า ช่องทางในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค นอกจากจะต้องสะดวกในการซื้อแล้ว จะต้องมีส่วนที่ติดต่อให้หลายช่องทาง

2.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกันชีวิต รวมไปถึงค่าจ้าง การอบรม และแรงจูงใจของพนักงาน การสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อนำเสนอภาพลักษณะของบริษัทหรือสินค้าขายตรงของพนักงาน จะต้องวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพสิน โปธิ์ม่วง (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ (มหาชน) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริม

การตลาด คือบริษัทประกันต้องมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลทำประกันของตนเอง

3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานครทางด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา พุฒหมื่น (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 รายผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ส่งผลให้

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในการตัดสินใจการเลือกซื้อประกันชีวิตมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทที่ขายประกันชีวิตนั้นมีโปรโมชั่นโดยการมอบของกำนัล

ด้านราคา ส่งผลถึงอัตราดอกเบี้ยประกันในการซื้อประกันชีวิต ราคากรมธรรม์ที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับความคุ้มครอง และสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถเลือกแบบการชำระเบี้ยประกันเป็นงวดๆได้ และการชำระเบี้ยประกันยังมีหลายวิธีเช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลถึงผู้บริโภคหวังในมูลค่าวงเงินคืนของกรมธรรม์ที่ยังมีสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี และยังมีสัญญาเพิ่มเติมที่ให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกัน เช่นค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลน้อยที่สุด เนื่องจากบริษัทที่ขายประกันนั้นมีการให้ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม และยังสามารถใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายได้หลายทางเป็นการจูงใจลูกค้า เช่น การเสนอขายทางโทรศัพท์ จึงทำให้ด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์น้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบประกันชีวิต จึงควรจัดให้มีการทำประกันชีวิต กับข้าราชการ ที่มีระดับอายุที่แตกต่างกันให้เหมาะสมโดยอาจมีรูปแบบการประกันชีวิตหลายลักษณะเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละวัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้มีการเปรียบเทียบเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบด้านอื่นๆ ด้วย เช่น สถานภาพ เป็นต้น เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยทางการตลาดแล้วควรศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย การเมือง สังคมและวัฒนธรรมด้วย เพื่อที่จะได้ข้อมูลครอบคลุมมากยิ่งขึ้นซึ่งจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นโดยในการวิจัยอาจใช้ทฤษฎีทางการตลาดของนักวิชาการทางการตลาดของบุคคลอื่นได้ด้วย

บรรณานุกรม

- กมลภัทร นิยมนา. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- กรรณิการ์ ศรีพรหม. (2548). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของประชาชนในกิ่งอำเภอดอยหลวงจังหวัดเชียงราย**. การศึกษาอิสระ, ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- จิรพงษ์ พงษ์เกษมสมบัติ. (2548). **ปัจจัยส่วนบุคคลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การวัด และประเมินผล การศึกษา), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัตตา สงวนพวง. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี**. ค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจ. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชา การบริหารจัดการภาครัฐ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). **บทสรุปสำหรับผู้บริหารการสำรวจภาวะการครองชีพของข้าราชการพลเรือนสามัญ พ.ศ. 2555**.
- ปัญจมา แจ่มสุวรรณ. (2553). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัท เอ็นพีซี เซฟตี้ แอนด์ เอ็นไวรอนเมนทอล เซอร์วิส จำกัด**. วิทยานิพนธ์.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการ,มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- พนิดา พุ่มหมื่น. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ไพลิน โพธิ์ม่วง. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วสันต์ นัยเนตร. 2554. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิกานดา เสรีสมนึก. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการ ในเขตอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุสมาน ฮะบีบุรเราะห์มาน และคณะ. (2556). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทย แอ็กซ่า จำกัด (มหาชน). ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐ และภาคเอกชน