

อิทธิพลของคุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิตต่อแนวโน้ม
การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชัน*
THE EFFECT OF TECHNOLOGY QUALITY, INSURTECH ACCEPTANCE ON DECISION
PURCHASING TREND FOR INSURANCE THROUGH APPLICATION

ดวงหทัย วุฒิทวีวัฒน์*, ธิติวดี ชัยวัฒน์

Duanghathai Wutthitaweevat*, Thitivadee Chaiyawat

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: pang34192@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยคุณภาพเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech 2) ศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีและแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชัน 3) ตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชัน 4) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้เทคโนโลยี Insurtech ผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทประกันชีวิต จำนวน 300 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจงและการสุ่มอย่างง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ แล้วนำกลับมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้างและการทดสอบเส้นทางอิทธิพล ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยคุณภาพเทคโนโลยีในภาพรวมมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) 2) การยอมรับเทคโนโลยี InsurTech ในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) 3) โมเดลคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 4) คุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech มีอิทธิพลทางตรงต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพเทคโนโลยี, เทคโนโลยีประกันชีวิต, การตัดสินใจซื้อ, แอปพลิเคชัน, การยอมรับเทคโนโลยี

Abstract

The research aims to 1) Study of technology quality factors affecting the acceptance of insurance life technology (InsurTech). 2) Study the level of technology acceptance and decision-making trends in purchasing life insurance policies via applications. 3) Examining the consistency

of technology quality and acceptance of InsurTech life insurance technology on the tendency of life insurance policy purchase decisions via applications model. 4) Study the influence of technology quality and acceptance of InsurTech life insurance technology on the tendency of consumers to make decisions to purchase life insurance policies via applications in Bangkok. This was quantitative research. The sample group consisted of 300 consumers who used insurance technology (InsurTech) through an insurance company application. Purposive selection and simple sampling were used. Data were collected by online questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics including mean, standard deviation, and hypotheses testing by Structural Equation Model Technique and path analysis. The results showed; 1) Technology quality factors affect the acceptance of insurance life technology (InsurTech) at a high level ($\bar{x} = 4.16$). 2) Technology acceptance at a high level ($\bar{x} = 4.25$) and decision-making trends in purchasing life insurance policies via applications at a high level ($\bar{x} = 4.26$). 3) Model of technology quality and acceptance of InsurTech life insurance technology on the tendency of life insurance policy purchase decisions via applications consistent with empirical data. 4) The influence of technology quality and acceptance of InsurTech life insurance technology on the tendency of consumers to make decisions to purchase life insurance policies via applications in Bangkok was statistically significant at the .05 level

Keywords: Technology Quality, Insurance Technology, Decision, Application, Technology Acceptance

บทนำ

ปัจจุบันโลกก้าวเข้าสู่ยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสาร ส่งผลให้ผู้คนในสังคมสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2557) ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์การสื่อสารไร้พรมแดน (Borderless Communication) อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ยังส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Laura, C. et al., 2019) ซึ่งส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเต็มไปด้วยทั้งแรงกดดันและการแข่งขันที่รุนแรงและอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและเทคโนโลยีของโลกที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและสร้างโอกาสในการบริหารจัดการธุรกิจ ดังนั้น การบริหารจัดการธุรกิจในปัจจุบันจึงต้องนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง และเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยที่ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในการประกอบธุรกิจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็กลายเป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้และปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และยังเป็นการแสวงหาโอกาสในการประกอบธุรกิจรวมทั้งสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจเช่นกัน (ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, 2563) และยังมีธุรกิจหลายประเภทที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน อาทิ ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เช่น การเรียนออนไลน์ ธุรกิจธนาคารที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งธุรกิจประกันภัย และโดยเฉพาะธุรกิจประกันชีวิต พบว่า เริ่มมีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการในธุรกิจประกันชีวิตเช่นกัน ได้แก่ InsurTech (Insurance Technology) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเริ่มต้นขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Meagher, G. et al., 2019) ดังนั้น เทคโนโลยี InsurTech จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจประกันชีวิตในด้าน การสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค (Dremel, C. & Uebernickel, E., 2018)

อีกทั้งปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตได้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ อย่างมากมาย โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภค และการเกิดขึ้นของ InsurTech ทำให้บริษัทประกันภัยหลายแห่งสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคงในระยะยาว (นันทยา โพธิ์พร้อม, 2564)

การนำ InsurTech ซึ่งเป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ที่สำคัญมาใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตยังช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยรูปแบบของการใช้ InsurTech คือการทำประกันหรือหมายความถึงการซื้อ-ขายกรมธรรม์ประกันเพื่อให้เกิดความคุ้มครองตามที่ต้องการผ่านระบบเทคโนโลยีหรือช่องทาง Application ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะสร้างผลกระทบต่อมูลค่าการบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ พร้อมข้อพิจารณาเกี่ยวกับการตัดสินใจในนโยบายขององค์กรเพื่อการแข่งขัน โดยในอดีตนิยมใช้ตัวกลางประกันภัยตัวแทน/นายหน้าหรือประกันภัยผ่านธนาคารในการจำหน่ายประกันภัย โดยในปัจจุบันนี้ตัวกลางหลักสำหรับการประกันภัย ซึ่งโดยเฉพาะ บริษัทประกันชีวิตจำนวนมากกำลังใช้ตัวกลางที่เป็นบริษัทสตาร์ทอัพและเสนอรูปแบบการจำหน่ายประกันภัย รูปแบบของช่องทางจำหน่ายนี้ น่าสนใจสำหรับตลาดประกันภัยใหม่ในที่ยังไม่มีการพัฒนามากนัก เนื่องจากการใช้ตัวแทน/นายหน้าในรูปแบบตัวกลางทั่วไปอาจไม่มีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลเท่าที่ควร ซึ่งในภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคแอฟริกาได้สังเกตเห็นการลงทุนขนาดใหญ่ในการเริ่มต้นเทคโนโลยี InsurTech ในภูมิภาค (OECD, 2017) อย่างไรก็ตามทุกครั้งเมื่อเกิดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในสังคม อาจจะต้องใช้ระยะเวลาสังคมจึงจะยอมรับ และการยอมรับเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อกระบวนการใช้เทคโนโลยีที่จะขึ้นไป ทั้งความเชื่อมั่น และการตัดสินใจ ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Muneer, A. M. & Allam, H. กล่าวว่า การที่องค์กรนำโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้สามารถช่วยเพิ่มนวัตกรรมและรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Muneer, A. M. & Allam, H., 2021) ในขณะที่ Chan, S. กล่าวถึงบทบาทของเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรและการปรับตัวในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Chan, S., 2010) จากความสำคัญของธุรกิจประกันชีวิตที่มีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และความสำคัญของการทำประกันชีวิตที่ส่งผลต่อประชาชนในเรื่องการใส่ใจดูแลสุขภาพ รวมทั้งความสำคัญของระบบเทคโนโลยีประกันชีวิต Insurtech ที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจประกันชีวิตมีความสะดวกและง่ายขึ้น ทั้งในส่วนของผู้ขายประกันชีวิต และในส่วนของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ผู้วิจัยศึกษาผลกระทบของคุณภาพเทคโนโลยีประกันชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ใช้งานเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยที่ค้นพบ กลุ่มธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อพัฒนา ปรับปรุงส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา สร้างการรับรู้การใช้งานและสร้างความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันจากเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech จนเกิดเป็นความเชื่อมั่นในระยะยาวและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยี InsurTech และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ประชาชนผู้ที่มีความสนใจจะซื้อประกันชีวิตโดยเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population) กลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งโดยทั่วไปใช้ตัวอย่างขั้นต่ำ 10 - 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ (Schumacker, R. E. & Lomax, R. G., 2015) ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 13 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ ควรมีอย่างน้อยเท่ากับ $13 \times 20 = 260$ ตัวอย่าง Kline ได้นำเสนอว่า อัตราส่วนที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 100 - 400 ตัวอย่าง เป็นขนาดที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยหลักเกณฑ์จำนวนตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง (Kline, R. B., 2016) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มอีก 40 ตัวอย่าง รวมเป็น 300 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและเหมาะสมที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ส่วนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยกำหนดคุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นผู้ที่เคยใช้เทคโนโลยี Insurtech ผ่าน application ของบริษัทประกันชีวิตเท่านั้น จากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่ายโดยการนำแบบสอบถามไปฝากไว้ที่สำนักงานตัวแทนขายประกันชีวิต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ช่วงชั้น สร้างแบบสอบถามโดยการศึกษารายละเอียดของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจาก เอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศ (Information System Success Model: IS Success Model) และการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งเป็นการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำเสนอนิยามตัวแปรและการวัด (Davis, F. D., 1989) เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวทางในการสร้างข้อคำถาม โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ให้คำปรึกษาในเรื่องรูปแบบและวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับคำถามวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) พบว่า อยู่ในช่วงระหว่าง 0.66 - 1.00 มาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม แล้วจึงนำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำไปทดลองใช้ กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.965 แสดงถึงคุณภาพของแบบสอบถาม (อรุณเดช สรสุชาติ, 2563) จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลผ่านระบบ Google form แล้วนำกลับมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และการทดสอบเส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) โดยกำหนดเกณฑ์การทดสอบดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์การทดสอบสมการโครงสร้าง

สถิติที่ใช้ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล	เกณฑ์การพิจารณา
Chi-square/df	< 2
Chi-square (χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)	≥ 0.95
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI)	≥ 0.95
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)	≥ 0.95
ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA)	≤ 0.05



ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาคุณภาพเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพเทคโนโลยีประกันชีวิต (TQ)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality: IFQ)	4.18	.67	มาก
2. คุณภาพระบบ (System Quality: SYQ)	4.17	.71	มาก
3. คุณภาพบริการ (Service Quality: SRQ)	4.15	.72	มาก
รวม	4.16	.70	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพเทคโนโลยีในภาพรวมมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = .70) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = .67) รองลงมา คือ คุณภาพระบบ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = .71) และคุณภาพบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .72)

2. ผลการศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยี InsurTech และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยี InsurTech (TAM)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. ประโยชน์จากการใช้งาน (Benefits: BENT)	4.21	.72	มาก
2. ความง่ายในการใช้งาน (Easy: EASY)	4.30	.65	มาก
3. ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention: INTE)	4.25	.72	มาก
4. ทศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude: ATTI)	4.26	.67	มาก
5. การนำมาใช้งาน (Using: USE)	4.23	.67	มาก
รวม	4.25	.69	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี InsurTech ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = .69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การยอมรับต่อความง่ายในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .65) รองลงมา คือ ทศนคติที่มีต่อการใช้ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .67) และประโยชน์จากการใช้งานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .72)

- ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชัน (DECI)

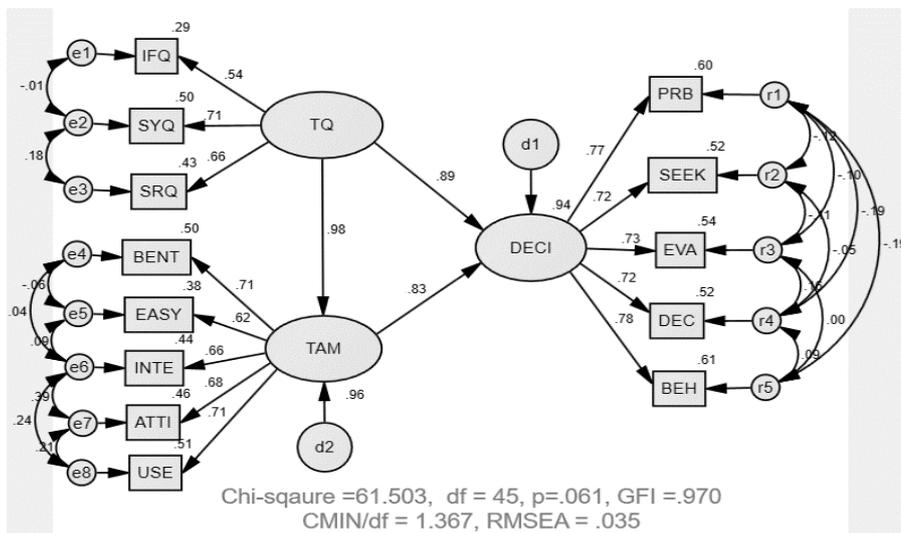
ประเด็น	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. การรับรู้ปัญหา (Problem: PRB)	4.23	.69	มาก
2. การค้นหาข้อมูล (Seeking: SEEK)	4.20	.71	มาก
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation: EVA)	4.30	.65	มาก
4. การตัดสินใจซื้อ (Decision: DEC)	4.32	.63	มาก
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Behavior: BEH)	4.26	.65	มาก
รวม	4.26	.67	มาก



จากตารางที่ 4 พบว่า แนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .67) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = .63) รองลงมาคือ การประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .65) และการค้นหาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = .71)

3. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	61.50	ผ่านเกณฑ์
df	-	45	-
p-value	P>0.05	.06	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.36	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	.99	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.95	.98	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$\leq .05$.03	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 5 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (X^2) มีค่า 61.50 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (X^2/df) = 1.36 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = .99 ค่าดัชนีวัดความเป็นปกติ (TLI) = .98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = .03 ในภาพรวมผ่านเกณฑ์ แสดงว่าโมเดลคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. อิทธิพลของคุณภาพเทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร

ตัวแปร (Variables)	การยอมรับเทคโนโลยี (TAM)			แนวโน้มในการตัดสินใจซื้อ (DECI)		
	Direct Effect:	Indirect Effect: IE	Total Effect: TF	Direct Effect: DE	Indirect Effect: IE	Total Effect: TF
	DE	IE	TF	DE	IE	TF
คุณภาพเทคโนโลยี (TQ)	.98	-	.98	.89	.81	1.70
การยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	-	-	-	.83	-	.83

* p -value<.05, ** p -value<.01, *** p -value<.001

จากตารางที่ 6 พบว่า คุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech มีอิทธิพลทางตรงต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .89 และ .83 ตามลำดับ และคุณภาพเทคโนโลยียังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อ โดยมีการยอมรับเทคโนโลยีเป็นตัวแปรคั่นกลาง และมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .81 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 1.70

อภิปรายผล

1. ปัจจัยคุณภาพเทคโนโลยีในภาพรวมมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิจัย ปรากฏว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของเทคโนโลยีการตลาดที่นำมาใช้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี (นักวิจัย, 2560) และยังสอดคล้องกับ Rafique, H. et al. พบว่า คุณภาพของแอปพลิเคชันห้องสมุดเคลื่อนที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) แอปพลิเคชันบนมือถือในระดับมาก (Rafique, H. et al, 2020) ดังนั้น สรุปได้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ถูกนำมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

2. การยอมรับเทคโนโลยี InsurTech ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kamal, S. A. et al พบว่า การยอมรับบริการการแพทย์ทางไกลผ่านรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีแบบขยาย (TAM) อยู่ในระดับมาก (Kamal, S. A. et al., 2020) ส่วนแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของสายัญญ์ สันติพิเชิร พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ



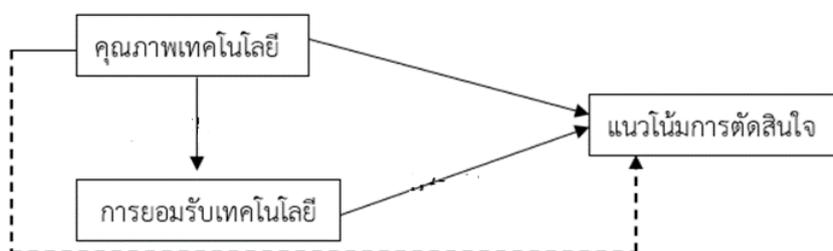
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผ่านเทคโนโลยีอยู่ในระดับมากเช่นกัน (สายัญณ์ สันติเพ็ชร, 2562) ดังนั้น สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ถูกนำมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

3. โมเดลคุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับ Rafique, H. et al พบว่า แบบจำลองการยอมรับแอปพลิเคชันห้องสมุดเคลื่อนที่ด้วยโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มเติม (TAM) แอปพลิเคชันบนมือถือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เช่นกัน (Rafique, H. et al, 2020) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะงานวิจัยทั้งสองงานมีการทบทวนวรรณกรรมอย่างชัดเจนจนนำไปสู่การสร้างแบบจำลองในเชิงทฤษฎีที่มีความตรงและเมื่อนำไปเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์และมาทำทดสอบแบบจำลองหรือโมเดลการวิจัยในเชิงทฤษฎีจึงมีความสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์ สะท้อนให้เห็นถึงความตรงเชิงโครงสร้างและองค์ประกอบที่เกิดจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีอย่างละเอียดรอบคอบ

4. คุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech มีอิทธิพลทางตรงต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ Putri, W. K. & Pujani, V. พบว่า คุณภาพเทคโนโลยีซึ่งประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพข้อมูล คุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์ และคุณค่าที่รับรู้มีอิทธิพลเชิงบวกและสำคัญต่อความภักดีทางออนไลน์ของผู้บริโภค (Putri, W. K. & Pujani, V., 2023) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะคุณภาพเทคโนโลยีแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของตัวเทคโนโลยีจนผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น เมื่อเชื่อมั่นจึงยอมรับในประโยชน์ที่จะได้รับจนมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยที่ Ajzen & Fishbein อธิบายไว้ว่า บุคคลจะมีการยอมรับเทคโนโลยีได้มีปัจจัยหลักสำคัญ คือ การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness: PU) คือ การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ (Ajzen, I. & Fishbein, M., 1980)

องค์ความรู้ใหม่

คุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech มีอิทธิพลทางตรงต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชัน นอกจากนี้เฉพาะคุณภาพเทคโนโลยียังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันเช่นกัน โดยมีตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม

จากภาพที่ 2 อธิบายได้ว่า แนวโน้มการตัดสินใจนอกจากจะเกิดคุณภาพของเทคโนโลยีในลักษณะอิทธิพลทางตรง และ เกิดจากการยอมรับเทคโนโลยีในลักษณะของอิทธิพลทางตรง แต่จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า

คุณภาพเทคโนโลยีนอกจากส่งผลในลักษณะอิทธิพลทางตรงไปยังแนวโน้มการตัดสินใจ คุณภาพของเทคโนโลยียังส่งผลในลักษณะอิทธิพลทางอ้อมโดยมีการยอมรับเป็นตัวแปรส่งผ่านหรือตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ เมื่อเทคโนโลยีมีคุณภาพผู้บริโภคมักเกิดการยอมรับและนำไปสู่การสร้างแนวโน้มในการตัดสินใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการศึกษาแนวโน้มในการตัดสินใจต้องศึกษาในลักษณะองค์รวมเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด

สรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านคุณภาพเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech และการยอมรับเทคโนโลยี InsurTech ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่าน แอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนโมเดลคุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต (InsurTech) ต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในขณะที่คุณภาพเทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยีประกันชีวิต InsurTech มีอิทธิพลทางตรงต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และคุณภาพเทคโนโลยี InsurTech ยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านแอปพลิเคชันเช่นกันโดยมีการยอมรับเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้น การสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการสร้างแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อ ควรประเมินทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม ซึ่งจะช่วยให้สามารถวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งตัวแปรทั้งหมดมาจากการสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎี ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรทำการวิจัยแบบผสมผสาน เพราะในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์อาจจะทำให้ค้นพบตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่อยู่นอกเหนือจากแนวคิด ทฤษฎีที่ทบทวน ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2557). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นักฎรักษ์ ผลิติต. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี. ใน สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นันทยา โพธิ์พร้อม. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการตอบสนองผู้บริโภคในตลาดของธุรกิจประกันชีวิตและรถยนต์ในประเทศไทย. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิรินทิพย์ กุลจิตตรตรี และสุภัทรรศกดิ์ คำสามารถ. (2563). แนวทางการบริหารการศึกษาในยุคดิจิทัลสร้างสรรค์. *Journal of Modern Learning Development*, 5(3), 245-259.
- สายัญญ์ สันติเพชร. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรรถเดช สรสุชาติ. (2563). สถิติประยุกต์และระเบียบวิธีวิจัย. ขอนแก่น: บริษัทกรีนเนสไวด์ จำกัด.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Chan, S. (2010). Building sustainable tourism destination and developing responsible tourism: conceptual framework, key issues and challenges. *Tourism Development Journal- An International Research Journal*, 8(1), 24-32.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dremel, C. & Uebernickel, E. (2018). Exploring characteristics and transformational capabilities of InsurTech innovations to understand insurance value creation in a digital world," *Electronic Markets*, Springer; IIM University of St. Gallen, 28(3), 287-305.
- Kamal, S. A. et al. (2020). Investigating acceptance of telemedicine services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technology in Society*, 60(4), 101-112.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Laura, C. et al. (2019). The Role of Leadership in a Digitalized World: A Review. *Journal Frontiers in Psychology*, 10(1), 1-21.
- Meagher, G. et al. (2019). Meeting the social and emotional support needs of older people using aged care services. In *Health Services Union & United Voice*. Macquarie University, UNSW Sydney and RMIT University.
- Muneer, A. M. & Allam, H. (2021). *Technological Sustainability and Business Competitive Advantage*. Switzerland: Springer Cham.
- OECD. (2017). *Measuring Distance to the SDG Targets 2017*. In *An assessment of where OECD countries*. OECD Paris.
- Putri, W. K. & Pujani, V. (2023). The Influence of System Quality, Information Quality, E-service Quality, and Perceived Value on Shopee Consumer Loyalty in Padang City. *The International Technology Management Review*, 8(1), 10-15.
- Rafique, H. et al. . (2020). Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Computers & Education*, 145(2020), 20-32.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2015). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York, NY: Routledge.