

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
Factors affecting the decision to buy life insurance of people in Mueang
District, Phayao Province

วุฒิสักดิ์ สุขเจริญ* ดร. ปองภพ ลีณะวงศ์*

ดร. สุวิมล ไชยพันธ์พงษ์* ขจร มีสตัย*

Wuthisak Sukcharoen* Pongphop Leenawong*

Suvimon Chaiphanphong* Kajohn Mesat*

อาจารย์ประจำสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*

Lecturer, Pacific Institute of Management Science*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชาชนทั่วไปที่ซื้อประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 395 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test หรือหรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ, ประกันชีวิต, ส่วนประสมการตลาด

Abstract

The study explores the factors relating to making decision in buying life insurance and compares individual factors affecting to buying life insurance of people in Muang District, Phayao. The sampling groups are 395 people in Muangdistrict, Phayao, deciding to buy life insurance. Questionnaires are mainly used in collecting data. Percentage, Means, Standard Deviation, T-test, F-test and One-Way Anovaareapplied to analyze the data.

The findings reveal that all in all, marketing mixes are employed in making decision to buy life insurance of the people at a high level rate. The products of life insurance is at the highest effecting factors in making decision to buy, followed by price factor and marketing

process. The least average of effecting factor is marketing promotion of life insurance. Life insurance buyers' satisfaction relating to the factors of genders, ages, educations and salary shows no significant difference.

บทนำ

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ย่อมอยู่บนพื้นฐานของความไม่แน่นอน และความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ ไม่สามารถคาดเดาได้ มนุษย์ต้องประสบปัญหา การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และ สภาพแวดล้อม และ ยังมีโรคแปลกๆ เกิดขึ้นมากมายอยู่เสมอเหตุการณ์เหล่านี้ย่อมสร้างความเสียหาย ที่ตัวบุคคลอื่น ดังนั้นธุรกิจ ประเภทการประกันชีวิต จึงเข้ามามีบทบาทต่อสังคมมนุษย์ เนื่องจากธุรกิจ ประเภทนี้ ได้มีแรงจูงใจเมื่อมนุษย์ ต้องเจ็บป่วย และจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลใน โรงพยาบาลรัฐ อาจจะดูแลไม่ทั่วถึง และไม่ทันการณ์ บางครั้งอาจจะต้องเข้ารับการรักษาโรงพยาบาล เอกชน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ยารักษาโรค และค่ารักษาพยาบาล ค่อนข้างสูง แต่ผู้มีรายได้น้อย บางครั้ง อาจจะไม่สามารถที่จะเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน ได้ และการเบิกยาที่มีราคาสูง กว่าที่ระบุไว้ ธุรกิจประเภที่ประกันชีวิตจึงพยายามสร้างความเชื่อมั่นว่า มนุษย์ ทุกคนที่ทำประกันชีวิต ไว้กับบริษัทประกันชีวิต สามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลทั้งโรงพยาบาลรัฐและ โรงพยาบาลเอกชนได้ ทั่วไป ตลอดจนได้รับยารักษาโรคที่ดีพอสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต มนุษย์ ทุกคนย่อมมี ความหวาดกลัวภัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นแก่ตนเองอันจะส่งผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อ ตนเอง รวมถึงสมาชิกในครอบครัว หากผู้เป็นหัวหน้าเหตุให้บาดเจ็บ ทุพพลภาพ หรือถึงขั้นเสียชีวิตในที่สุดก็ ส่งผลกระทบต่อสมาชิกในครอบครัวทั้งทางด้านจิตใจ เศรษฐกิจ และอาจเกิดผลกระทบอื่นๆในหลาย ด้านยัง ต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุสร้างความเสียหายแก่ชีวิต และทรัพย์สินได้ ตลอดเวลา การทำ ประกันชีวิตจึงได้รับความสนใจจากประชาชนในจังหวัดพะเยา ต้าบลเวียงและต้าบลต้าวังทอง เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ ที่ถึงแม้ว่าจะได้รับสวัสดิการจากรัฐบาลที่ครอบคลุมความต้องการเช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินบำเหน็จ และเงินบำนาญตอนเกษียณอายุราชการ อีกทั้งยังมี สหกรณ์ออมทรัพย์ที่ให้ ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆเป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คป.ก.) Email : info@oic.or.th Copyright © 2019 OIC. All rights reserved.)

ค่อนข้างที่จะแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้มีรายได้ในสาขาอาชีพต่างๆ ธุรกิจประกันชีวิต นอกจากจะเป็นประโยชน์กับผู้ทำประกันในด้านคุ้มครองชีวิต และทรัพย์สินโดยตรงแล้ว การประกัน ชีวิตยังมี บทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศชาติอีกด้วยในแง่ของการ ออมทรัพย์ และการ ทุน นอกจากบริษัทประกันชีวิตจะเป็นแหล่งระดมเงินทุนแล้วยังช่วยสร้างงาน ให้กับประชาชนในสังคมอีกด้วย ทำให้เกิดการจ้างงานจึงสามารถช่วยรัฐบาลลดอัตราการว่างงานได้ ส่วนหนึ่งการดำรงชีวิต คนเราไม่ว่าจะมี อาชีพใดมีฐานะอย่างไร ทุกคนคงยอมรับ ว่าจากความไม่แน่นอนของชีวิตอาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อสำหรับผู้ที่มี ฐานะดีอยู่แล้ว ประกันได้ตกลงไว้แต่แรก ซึ่งการทำประกันนั้นสามารถเลือกทำได้หลายรูปแบบเช่น แบบสะสม ทรัพย์ แบบตลอดชีพ แบบชั่วระยะเวลา หรือแบบเงินได้ประจำมีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งได้รับผลกระทบอย่าง มากในระบบเศรษฐกิจที่ผันผวน เช่นนี้ ข้าราชการที่ทำงานให้กับรัฐบาล ข้าราชการส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย ได้รับเงินเดือน รายจ่าย ส่วนมากต้องจ่ายให้กับค่าครองชีพ บิดา มารดา บุตร ญาติ ค่าใช้จ่ายในการทำงาน ค่า รักษาพยาบาลที่เบิกไม่ได้เมื่อข้าราชการผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวได้เกิดการเสียชีวิตก่อนเวลาอันควร ครอบครัวต้องเดือดร้อนเพราะขาดรายได้เมื่อหัวหน้าครอบครัวหรือผู้ที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใน ครอบครัว

เสียชีวิต ก่อนเวลาอันควร แต่ค่าใช้จ่ายที่มีอยู่เดิมในครอบครัวยังคงต้องดำเนินต่อไป หรือหากไม่มีรายได้เข้ามาทดแทนรายได้เดิมที่ขาดหายไปย่อมส่งผลกระทบต่อบุคคลที่อยู่ในครอบครัวในการดำรงชีวิตอยู่ต่อไป หรือมีอายุยืนยาวกว่าปกติ เงินที่สะสมไว้เพื่อใช้ในวัยเกษียณอายุอาจไม่เพียงพอ ตัวเองจะต้องเดือดร้อนเพราะขาดเงิน ในการดำรงชีพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของประชาชนในจังหวัดพะเยา ตำบลเวียงและตำบลท่าวังทอง ซึ่งความไม่แน่นอนในชีวิตทุกเมื่อหากได้ ทำประกันชีวิตไว้ และผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตก่อนครบกำหนดสัญญา ผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินเอาประกันภัยครบจำนวนจากบริษัทประกันชีวิตเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนทดแทนรายได้ที่ต้องขาด หายไปจากภัยการเสียชีวิตผู้เอาประกันภัย หากได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญไว้ โดยมีเงื่อนไขว่าในช่วงเวลาสะสมก่อนรับบำนาญผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายเบี้ยประกันภัยอย่างต่อเนื่องตามระยะเวลาที่กำหนด และช่วงรับบำนาญเมื่อถึงกำหนดอายุโดยปกติเป็นช่วงเวลาอายุระหว่าง 60 ปีถึง 85 ปีถึง 90 ปี บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินรายปี ในลักษณะเป็นบำนาญให้อย่างต่อเนื่องทุกปี หากผู้เอา ประกันภัยเสียชีวิตก่อนได้รับเงินบำนาญครบตามสัญญา และหากยังมีเงินเหลือจ่าย ผู้รับประโยชน์จะได้รับเงินจำนวนนี้แทน ทั้งนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่กำหนดในกรมธรรม์ ประกันชีวิตจึงเข้ามามีบทบาท ในการเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดเหตุที่ไม่คาดฝัน หรือเป็นการรับประกันว่าถ้าหัวหน้าครอบครัวเกิดการเจ็บป่วยขึ้นมา บริษัทประกันจะเข้ามามีบทบาท ในการช่วยเหลือในการลดภาระให้กับครอบครัวนั้น เช่น การรักษาพยาบาล เป็นต้น และยังมีบทบาทกับการออมเงินเพื่อไว้ใช้หลังจากเกษียณอายุ และประกันชีวิตยังสามารถช่วยให้มีสวัสดิการ เผื่อในยามเจ็บป่วยหลังเกษียณอายุจะมีระดับการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพื่อเป็นแนวทางในการ พัฒนา และนำไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดให้กับบริษัทประกันชีวิตให้เหมาะสม (กรมการประกันภัย ม.ป.ป. : 1)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งการศึกษาดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจประกันชีวิตสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ของธุรกิจ ตัวแทนประกันชีวิตสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอต่อผู้บริโภค และผู้บริโภคก็จะได้รับผลประโยชน์จากการประกันชีวิตตามแนวทางที่ตนเองต้องการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้จะสุ่มตัวอย่างประชากร คือ กลุ่มประชาชนทั่วไปที่ซื้อประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตำบลเวียง และตำบลท่าวังทอง อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา จำนวน 395 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำนวน 5 ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ

3. ขอบเขตด้านเวลาในการวิจัย

ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ.2561 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ.2562

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ (Philip Kotler 2003) มาประยุกต์มาเป็นกรอบแนวคิด สรุปได้ดังภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

ในการวิจัย ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนประชาชนที่ซื้อประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 395 คน

หน่วยในการวิเคราะห์ คือ หน่วยบุคคล ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปที่ซื้อประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตำบลเวียง และตำบลท่าวังทอง อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วยข้อความ ที่เป็น

ความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ (t-test) และ (F-test) หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ≥ 0.50 ขึ้นไป และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีทีไมโครกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธี Conbach & Alpha coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 385 คน 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 เพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 จำแนกตามอายุ พบว่ามากที่สุด คือ กลุ่ม 31-40 ปี ร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ 21-30 ปี ร้อยละ 20.8 ไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 18.2 41-50 ปี ร้อยละ 13.4 กลุ่ม 51-60 ปี ร้อยละ 9.1 61 ปีหรือมากกว่า ร้อยละ 6.6 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ปวท./ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 กลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 จำแนกตามอาชีพ พบว่า มากที่สุด คือ รับราชการจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท/ลูกจ้างจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 อื่นๆจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และอาชีพที่น้อยที่สุดคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ 20,001 – 26,000 บาทจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รายได้ 15,001 – 21,000 บาทจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 รายได้ 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และกลุ่มรายได้ที่มีน้อยที่สุดคือ 26,001 – 30,000 บาทจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท เอ ไอ เอ จำกัด 194 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาบริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาคือ บริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 รองลงมาบริษัท ไทยพาณิชย์ นีวอร์คไลฟ์ จำกัด 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 รองลงมาบริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ จำกัด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 รองลงมาบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ โดยมีเหตุผลที่ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นญาติพี่น้องชักชวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาบริษัทประกันชีวิต 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาเพื่อนชักชวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รองลงมา รู้จักตัวแทนประกันชีวิต 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และมีรูปแบบการทำประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นแบบออมทรัพย์ 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

รองลงมาแบบคุ้มครองชีวิตและรักษาสุขภาพ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาแบบคุ้มครองชีวิต 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาแบบคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีเงื่อนไขในการชำระเบี้ยประกันทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ พบว่า ปั่นชำระแบบราย 3 เดือน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาชำระแบบรายเดือน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาชำระแบบราย 6 เดือน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาชำระแบบรายปี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และมีการชำระเบี้ยต่อกรมธรรม์ประกันชีวิตพบว่า ส่วนใหญ่เป็น 10,000 – 20,000 บาท 250 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมา 30,001 – 40,000 บาท 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมา 400,000 บาท ขึ้นไป 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยเลือกระยะเวลาความคุ้มครอง พบว่า ส่วนใหญ่เป็น ต่ำกว่า 10 ปี 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา 10 ปี และ 15 ปี 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 เท่ากัน รองลงมา 20 ปี ขึ้นไป 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สามารถสรุปได้ตามตาราง

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม

(n=395)			
ปัจจัยที่มีส่วนผสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.68	0.289	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.46	0.577	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.35	0.616	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.42	0.366	มาก
5. ด้านกระบวนการ	4.45	0.378	มาก
โดยภาพรวม	4.44	0.287	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.68$) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.46$) ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.45$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.42$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า บริษัทประกันชีวิตมีกรรมธรรม์ให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด บริษัทประกันชีวิตมีกรรมธรรม์ที่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นพิเศษ อยู่ในระดับมากที่สุด บริษัทประกันชีวิตมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือสูง อยู่ในระดับมากที่สุด กรรมธรรม์มีความคุ้มครองที่ครอบคลุมครบถ้วน เช่น ค่ารักษาพยาบาล ขดเซยรายวัน เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด อัตราผลตอบแทนดึงดูดน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด กรรมธรรม์ของบริษัทประกันชีวิต มีความยืดหยุ่น

สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอด อยู่ในระดับมากที่สุด บริษัทประกันชีวิตมีความมั่นคงทางการเงินสูง อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บริษัทประกันชีวิตมีกรรมธรรมที่รองรับกลุ่มเด็กเป็นพิเศษ

ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า บริษัทประกันชีวิตมีการเก็บเบี้ยประกัน เหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ท่านได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีเบี้ยประกันกับความคุ้มครอง มีความคุ้มครองระดับมาก สามารถแบ่งชำระเบี้ยประกันเป็นงวดๆ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก คือ วัน เวลา ปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมา สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก อยู่ในระดับมาก บริษัทประกันมีที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับมาก มีสาขาเปิดให้บริการจำนวนครอบคลุมทุกพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บริษัทประกันชีวิตมีสาขาให้บริการที่สะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก คือ โฆษณาทางผ่านสื่อหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ อยู่ในระดับมาก รองลงมาบริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา กลางแจ้งจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก บริษัทประกันชีวิตเป็นสปอนเซอร์ ตามรายการต่างๆ เป็นประจำเช่นเกมส์ โชว์, รายการกีฬาอยู่ในระดับมาก และมีการจัดรายการพิเศษ เช่น วันขึ้นปีใหม่ หารวมทางการเงินอยู่ในระดับมาก

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า บริษัทประกันชีวิตมีกระบวนการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีการแจ้งเตือนเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระค่าเบี้ย ประกัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีการให้บริการรวดเร็ว สะดวก ได้รับกรรมธรรมเร็ว อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีบริการชำระเงินที่หลากหลาย ผ่านตัวแทน ผ่านบัตรเครดิต ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคาร ตู้เอทีเอ็มอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สามารถสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับบริษัทประกันชีวิตมีกรรมธรรมให้เลือก

หลากหลาย บริษัทประกันชีวิตมีกรรมธรรม์ที่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นพิเศษ บริษัทประกันชีวิตมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการในเขต อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ประกันชีวิตมีเงื่อนไขสัญญา บริษัทและตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ประกันชีวิตเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงแก่ชีวิตและครอบครัว และค่าเบี้ยประกันชีวิตมีความเหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ได้รับ ดังที่ เอ็ดเซล วอล์คเกอร์; และ สแตนตัน (2001, 9) กล่าวว่า ผลิตภัณท์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณท์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิดสถานที่องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณท์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณท์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณท์ต้องพยายาม คำนึงถึงปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณท์ (Product differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับบริษัทประกันชีวิตมีการเก็บเบี้ยประกัน เหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ท่านได้รับ มีเบี้ยประกันกับความคุ้มครอง มีความคุ้มค่าและ สามารถแบ่งชำระเบี้ยประกันเป็นงวดๆ สอดคล้องกับมลฤดี วิริยานนท์ (2558, 57-61) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัทเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ปัจจัยด้านราคา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาของเบี้ยประกันเหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวเรื่องราคาว่า ราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณท์ในรูปตัวเงิน ราคา เป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณท์ (Value) กับราคาผลิตภัณท์ (Price) หากเห็นว่าคุณค่าผลิตภัณท์สูงกว่าราคาก็จะซื้อผลิตภัณท์ราคาจำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณท์

ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้าน พบว่าโดยภาพรวม โดยให้ความสำคัญด้านโฆษณาผ่านสื่อหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ บริษัทประกันชีวิตมีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา กลางแจ้งจำนวนมาก มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สอดคล้องกับพงศธร สุทธิพงษ์ (2552, การค้นคว้าอิสระ) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย หอการค้าไทย) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า บริษัทประกันชีวิตยี่ห้อ ไทยประกันชีวิต มีคะแนนในลำดับสูง ประกอบไปด้วย เรื่องโฆษณาทาง T.V. สร้างความจดจำได้เป็นอย่างดี เรื่องมีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณากลางแจ้งจำนวนมาก เรื่องเป็นสปอนเซอร์ตามรายการต่าง ๆ บ่อย เรื่องโฆษณาทางวิทยุสร้างความจดจำได้เป็นอย่างดี เรื่องโฆษณาทาง T.V. ทำให้ท่านทราบถึงประโยชน์ของการทำประกันมากขึ้น และเรื่องมีการแจกของสมนาคุณที่มีประโยชน์และนำไปใช้ได้จริง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ วัน เวลา ปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และบริษัทประกันมีที่จอดรถเพียงพอ สอดคล้องกับพงศธร

สุทธิพงษ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ทศนคติที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร บริษัทประกันชีวิตยี่ห้อ ไทยประกันชีวิต มีความเชื่อถือในเรื่องตัวแทนมีความน่าเชื่อถือ เรื่องตัวแทนสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้แก่ลูกค้าได้ และเรื่องตัวแทนมีความรู้เรื่องประกันชีวิตเป็นอย่างดี

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับบริษัทประกันชีวิตมีกระบวนการบริการ มีการแจ้งเตือนเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระค่าเบี้ย ประกัน และ มีการให้บริการรวดเร็ว สะดวก ได้รับกรมธรรม์เร็ว สอดคล้องกับ พงศธร สุทธิพงษ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ทศนคติที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านกระบวนการ พบว่าบริษัทประกันชีวิตยี่ห้อ ไทยประกันชีวิตในเรื่องมีกระบวนการในการชำระเงินที่สะดวก และเรื่องมีกระบวนการบริการหลังการขายที่ดี และยังสอดคล้องกับอนัญญา โปราณานนท์ (2550, ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต ของอาจารย์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ปัจจัยด้านบริการความรับผิดชอบของตัวแทนและบริษัทมีความสำคัญอันดับแรก ปัจจัยด้านผลประโยชน์จากกรมธรรม์ ปัจจัยที่สำคัญ คือ ความแม่นยำถูกต้องของการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และความเป็นธรรมของข้อตกลง และผลประโยชน์ที่ให้แก่ผู้ทำประกันฉะนั้นบริษัทประกันชีวิตในจังหวัดพะเยา ต้องให้ความสำคัญในเรื่องของกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในบริการและบอกต่อ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามอายุ การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ในภาพรวม มีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสุพิชญ์ แก้วเรืองฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ.จากัด ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อรุณ วิสุทธิพัฒน์สกุล (2552, ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ.) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยพบว่า อายุ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวมมีระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุพิชฌาย์ แก้วเรืองฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัย ทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ.จากัด ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จำแนกตามอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามอาชีพ มีความคิดเห็น ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สุพิชฌาย์ แก้วเรืองฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัย ทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ.จากัด ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สุพิชฌาย์ แก้วเรืองฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษา เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัย ทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ.จากัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ให้ระดับ ความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคาและค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทประกันควรเพิ่ม วัน เวลา ปิดทำการ รวมถึงการเปิดสาขาใน ห้างสรรพสินค้าเพิ่มสะดวกต่อการใช้บริการ
2. ด้านกระบวนการ บริษัทประกันควรมีการให้บริการรวดเร็ว ในเรื่องการส่งกรมธรรม์ให้กับลูกค้า และในด้านการติดต่อกับพนักงานโดยตรง ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร ฉะนั้นบริษัทประกันควรมีการปรับกลยุทธ์ใน ด้านส่วนประสมการตลาด ให้ครอบคลุมเพื่อให้ครอบคลุมทุกด้าน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาเท่านั้น ซึ่งสามารถบอกรายละเอียดถึงการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรที่จะมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วน ของอำเภออื่นด้วย ทั้งนี้เพื่อที่จะได้มีการเปรียบเทียบดูว่าผู้บริโภคในแต่ละภูมิกานั้น มีการตัดสินใจเลือก ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาที่เหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร
2. ควรศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทประกันชีวิตของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

เอกสารอ้างอิง

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะกลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษากรุงเทพฯ : ไลมอนอิน บิสสิเนสเทร็ด, 2541
- เสรีวงษ์มณฑา. (2542 ก).กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสรีวงษ์มณฑา. (2542 ข).การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินบิสสิเนสเทร็ด.
- ธงชัยสันติวงศ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช
- ศิริวรรณเสรีรัตน์, ปริญลักษณ์ตานนท์, ศุภรเสรีรัตน์และองอาจปะทวานิช. (2538). กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณเสรีรัตน์, ขวลิตรประภาวนนท์, สมชายทัญญูกิตติ, สมศักดิ์วานิชยาภรณ์และสุดาสุวรรณภิรมย์.(2539). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิสัทธิพัฒนา.
- ศิริวรรณเสรีรัตน์, สุพิริลัมไทย, ศุภรเสรีรัตน์, งามอาจปะทวานิชและปริญลักษณ์ตานนท์. (2543).หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อนัญญาไปราณานนท์. (2559). การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของอาจารย์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต(รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- อรุณวิสุททิพัฒน์สกุล. (ปี 2552).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี,สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ.
- สุพิชญ์แก้วเรืองฤทธิ์ (2553,วิทยานิพนธ์บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). นครศรีธรรมราช. ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- .พงศธรสุทธิพงษ์ (2552, การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดบัณฑิตวิทยาลัยหอการค้าไทย) ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- สุพิชญ์แก้วเรืองฤทธิ์ (2553,พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิตบริษัทเอไอเอจากัดในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช.วิทยานิพนธ์บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).นครศรีธรรมราช.
- วราพรวรรณตร (2554) ศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อประกันภัยผ่านอินเทอร์เน็ต การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศิริโรจน์วงศ์กระจำง (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการในเขตอำเภอแม่จันจังหวัดเชียงใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มฤดี วิริยานนท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม