

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ  
**ระดับชาติ**  
ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย

ครั้งที่

**8**

วิจัยแบบบูรณาการ  
สรรค์สร้างนวัตกรรม  
ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม

ณ อาคารศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

วันอาทิตย์ที่ 1 มีนาคม 2563

สถาบันวิจัยและพัฒนา

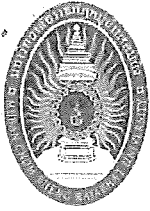
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และเครือข่ายเจ้าภาพร่วม



## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

พิจารณาบทความวิจัยและบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ เพื่อการตีพิมพ์เผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 8

|   |   |
|---|---|
| รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงดี               | มหาวิทยาลัยมหิดล                                |
| รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล มีคุณ                  | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช                   |
| รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬารัตน์ โสตะ              | มหาวิทยาลัยขอนแก่น                              |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พรธณี บัญชรหัตถกิจ          | มหาวิทยาลัยขอนแก่น                              |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย             | มหาวิทยาลัยบูรพา                                |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัชชัย พุททวงศ์           | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน         |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรณพิรุณ              | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์นารถ นาถวรานันต์        | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม                         |
| รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ แก้วขาว            | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม                         |
| รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย     | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม                         |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา จรุงธรรม               | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรระ เพิ่มชาติ            | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง               | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี                       |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ              | มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม                      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง สุทัศน์ ณ อยุธยา   | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา            |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัช วิรัชนิภาวรรณ         | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย                      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ ปิ่นพิลา              | มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์                        |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล      | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจนศักดิ์ เอกบุรณะวัฒน์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภมรรัตน์ วิริยะการุณย์  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี           |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สยาม แกมขุนทด           | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ      |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มหศักดิ์ เกตุฉ่ำ        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ      |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชษฐ อนุรักษอุดม      | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัรักษ์ สุเมธ          | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์                    |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต่อศักดิ์ ซอแก้ว        | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกมล ไพศาล              | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา   | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม                         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ แสงทองพินิจ     | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม                         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสาน ตั้งยืนยงวัฒนา   | มหาวิทยาลัยรังสิต                               |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ โสขุมมา           | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร                         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล        | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี                       |



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง  
"วิจัยแบบบูรณาการ สรรค์สร้างนวัตกรรม ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม"

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8  
ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย วันที่ 1 มีนาคม 2563

|  |   |
|--|---|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวดี เฝือกบัวขาว                  | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี                   |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิกษุศักดิ์ กัลยาณมิตร<br>ราชูปถัมภ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม       |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณา จุ้ยทอง<br>ราชูปถัมภ์        | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม       |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล ปทุมมาเกษร<br>ราชูปถัมภ์       | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม       |
| อาจารย์ ดร.ศิริประภา แก้วแจ้ง                              | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                        |
| อาจารย์ ดร.บุญเรือง ศรีเหรียญ                              | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                         |
| อาจารย์ ดร.ปรีชา อุตระกุล                                  | ข้าราชการเกษียณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |
| อาจารย์ ดร.เฉลียว เพชรทอง                                  | มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี                  |
| อาจารย์ ดร.วรรณรัตน์ วัฒนานามิตกุล                         | มหาวิทยาลัยสยาม                             |
| อาจารย์ ดร.ชุตินา มาลัย                                    | วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี            |
| ดร.ปรัชญา มหาวิทยาลัยจันทรเกษม                             | สำนักงานอัยการสูงสุด                        |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

พิจารณาบทความวิจัยและบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ เพื่อการตีพิมพ์เผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 8

- รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาพร โปศัยสุวรรณค์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิดา ตรีสวัสดิ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพล นามบุญเรือง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถพล อูสายพันธ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงเกียรติ อิงคามระธร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์รพีพรรณ กองตุ้ม
- อาจารย์ ดร.พุทธพร ฟูมโรจน์
- อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ แสงส่องฟ้า



การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า  
กลุ่มวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

To Develop a Product for Life Insurance that Serve the Working Group  
Need in Amphoe Meuang, Phetchaburi

อังคณา พิทักษ์สุข<sup>1</sup> ธนินท์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการทำประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มวัยทำงาน 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า 3) ศึกษาความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 350 ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลแสดงในรูปของ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ T-test, ANOVA, Multiple regression analysis และ Simple regression analysis

ผลการศึกษาพบว่า (1) เพศส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุ 22 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพครอบครัวโสด (2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน (3) สภาพแวดล้อมทางสังคมและเทคโนโลยีของทางประกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าอย่าง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 (4) ความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : เทคโนโลยีการประกันชีวิต กลุ่มวัยทำงาน ธุรกิจประกันชีวิต

ABSTRACT

The purpose of this research is 1) to study the life insurance needs of working group clients, 2) to study the factors that affect the needs of customers and 3) to study the needs of customers that affect the product forms. The data were collected by questionnaire from 350 persons working group in Amphoe Meuang, Phetchaburi. Descriptive statistics were analyzed and shown in the forms of frequency, percentage, mean and standard deviation, and assumption testing by T-test, One-Way ANOVA, Multiple regression analysis and Simple regression analysis.

The results showed that (1) most of the samples were males, aged 22 - 30 years old, bachelor degree education, monthly income 15,001 - 30,000 baht, work in private company and single status (2) difference in personal factors such as education, monthly income, married status different factors don't affect the differentiation in needs of customers (3) social environment and



technology of the insurance affect the needs of customers at 0.05 (4) customer demand affects the product forms at 0.05

Keywords : insurtech, working group, insurance business

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคนเราต้องเผชิญกับความเสี่ยงในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภัยจากโรคภัยไข้เจ็บที่นับวันจะแปลกมากขึ้น เพราะมลพิษที่มนุษย์เราสร้างขึ้นกันอย่างไม่หยุดหย่อนและมีการค้นพบโรคที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ หรือภัยจากอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น อุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากการใช้รถในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากมาย หรือภัยจากธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด การเกิดแผ่นดินถล่ม เป็นต้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้่ออาจทำให้เกิดความเสียหายทั้งต่อตนเอง หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาชิกในครอบครัวเสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บสาหัส ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจำนวนมาก เนื่องจากมีการสูญเสียในครอบครัวทำให้เกิดการสูญเสียรายได้

กลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยมีความสูญเสียทางสุขภาพโดยรวมของประชากรไทยในปี พ.ศ. 2557 คิดเป็น 1.49 ล้าน สาเหตุอันดับแรกของความสูญเสียทางสุขภาพสำหรับประชากรชาย ได้แก่ อุบัติเหตุทางถนน คิดเป็นร้อยละ 10.1 จากความสูญเสียทั้งหมด รองลงมาคือ โรคหลอดเลือดสมอง การติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ โรคหัวใจขาดเลือด และการเสพเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ตามลำดับ สำหรับเพศหญิงสาเหตุอันดับแรกของความสูญเสียทางสุขภาพ คือ โรคเบาหวาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.4 รองลงมาคือ โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจขาดเลือด โรคข้อเสื่อม และการติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ ตามลำดับ และความสูญเสียทางสุขภาพจากการตายก่อนวัยอันควรมีค่าประมาณ 10.1 ล้าน ซึ่งเกินร้อยละ 68 ของความสูญเสียทางสุขภาพทั้งหมด ผู้ชายไทยสูญเสียทางสุขภาพจากการตายก่อนวัยอันควร 6.2 ล้าน ขณะที่ผู้หญิงมีสูญเสียทางสุขภาพจากการตายก่อนวัยอันควรประมาณ -3.9 ล้าน ซึ่งมีค่าประมาณ 3 ใน 5 เท่าของความสูญเสียในผู้ชาย (มูลนิธิเพื่อการพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ สำนักงานพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ, 2560)

การทำประกันชีวิตจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเสี่ยงเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันดังกล่าวข้างต้น และการทำประกันชีวิตจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยในเรื่องของการเงิน เพราะประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ เมื่อครบกำหนดก็จะได้เงินคืนกลับมาใช้ ในรูปแบบของดอกเบี้ยหรือเงินปันผล และช่วยลดปัญหาที่ตามมาจากความเสียหายต่าง ๆ ให้น้อยที่สุดได้ โดยถ้าความเสี่ยงภัยหรืออุบัติเหตุที่ไม่คาดคิดนั้นมาถึง เมื่อทำประกันชีวิตไว้จะมีบริษัทประกันชีวิตมาช่วยดูแล ชดเชยค่าเสียหายให้ การทำประกันชีวิตถึงแม้ว่าจะไม่เกิดอะไรขึ้น อย่างน้อยคนในครอบครัวก็จะได้มีเงินเอาไว้ใช้หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน แต่ถ้ามีประกันชีวิตอยู่แล้ว ทางครอบครัวก็จะได้รับเงินก้อนเอาไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น หรือเพื่อเป็นทุนการศึกษาให้กับบุตรหลาน

ความต้องการในการทำประกันชีวิตเกิดขึ้นจากหลากหลายสาเหตุทั้งในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกัน สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ตลอดจน เทคโนโลยีของการประกันที่มีความก้าวหน้า และต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของการใช้ชีวิตส่วนบุคคลในสังคมยุคใหม่ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มวัยทำงาน เนื่องจากการทำประกันชีวิตในปัจจุบันมีมากขึ้น เพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของ



ความต้องการของลูกค้าและเป็นประโยชน์แก่บริษัทประกันชีวิตสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการทำประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านวิชาการและด้านการนำไปปฏิบัติ ดังนี้

#### ประโยชน์ในด้านวิชาการ

1. ทำให้ทราบถึงความต้องการทำประกันชีวิตของลูกค้ากลุ่มวัยทำงาน
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า
3. ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

#### ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

1. บริษัทประกันชีวิตสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาหรือกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในกลุ่มวัยทำงาน
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการนำข้อมูลหรือผลการวิจัย ไปต่อยอดในการทำวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มวัยอื่น ๆ ต่อไป

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรภา ไสภาสีธ. (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจทำเป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่ 21-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท รายจ่ายต่อเดือน 20,000 บาท ลักษณะการออมเงินเป็นแบบฝากเงินธนาคาร 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้มาใช้บริการธุรกรรมของธนาคารกรุงเทพ มีความคิดเห็นเห็นด้วยใน 6 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นไม่แน่ใจเท่าที่นั้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3) ปัจจัยในการสร้างตราสินค้า ผู้มาใช้บริการธุรกรรมของธนาคารกรุงเทพ มีความคิดเห็นเห็นด้วย ใน 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านคุณภาพ ถัดมาคือ ด้านความแตกต่าง ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ด้านวิวัฒนาการ ยกเว้นด้านสิ่งสนับสนุน มีความคิดเห็นไม่แน่ใจเท่าที่นั้นเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 4) พฤติกรรมในการเลือกซื้อประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ คือ กรมธรรม์ประกันชีวิต มีวงเงินคุ้มครองชีวิตส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาท มี ระยะเวลาคุ้มครองส่วนใหญ่ 1-5 ปีตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต เพราะต้องการออมเงินระยะยาว และเป็นค่าใช้จ่ายยามเกษียณอายุ และคิดจะทำ



ประกันชีวิตกับ บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สิ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ชื่อเสียง ตัวแทน (บริษัท) โดยการตัดสินใจเลือกซื้อในช่วงเดือน มกราคม – เมษายนและส่วนใหญ่ไม่เลือกทำประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ในอนาคต

จุฑามาศ วาจิตพล. (2556) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจทำประกันชีวิตในรูปแบบ BANCSSURANCE ของคนใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ทำประกัน ชีวิตในรูปแบบ Bancassurance ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธ สมมติฐาน ในทาง ตรงกันข้าม ข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้พบว่า อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกัน ชีวิตในรูปแบบ Bancassurance ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

เกรียงไกร ธนากรไพศาล. (2555) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อ กรรมธรรม์ ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์ ผลการศึกษาพบว่า ความรวดเร็วในการซื้อกรรมธรรม์ ความ สะดวกใน การจ่ายเบี้ยกรรมธรรม์ในการต่ออายุ การแจ้งโปรโมชันที่จูงใจลูกค้าและมีของสมนาคุณตามโอกาส พนักงานมี การแต่งกายและมารยาทที่ดี และความเอาใจใส่ลูกค้า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05 โดยระดับความพึง พอใจที่มีต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ดีกว่า ตัวแทนในทุกประเด็นข้างต้น สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกัน ชีวิตผ่านทั้งสองช่องทางคือ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ ขณะที่อายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความ พึงพอใจที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ บริษัท ประกันชีวิตที่เน้นการขายกรรมธรรม์ผ่านช่องทางตัวแทนเป็นหลัก หากต้องการเพิ่ม ความพึงพอใจให้กับลูกค้า ควร พิจารณาในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความรวดเร็วในการซื้อกรรมธรรม์ ความสะดวกในการจ่ายเบี้ยกรรมธรรม์ในการต่ออายุ การแจ้งโปรโมชันที่จูงใจลูกค้าและมีของ สมนาคุณตามโอกาส พนักงานมีการแต่งกายและมารยาทที่ดี และความเอาใจใส่ ต่อลูกค้า

## 2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 สภาพแวดล้อมทางสังคม

1. สภาพแวดล้อมในการทำงาน คือ สิ่งที่อยู่รอบตัวและเอื้ออำนวยให้คนทำงานได้อย่างมีคุณภาพ (เยาวลักษณ์ กุลพานิช, 2533)
2. เศรษฐกิจ คือ ผลกระทบที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ในพื้นที่ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการ ดำเนินกิจกรรมนิคมอุตสาหกรรม ขยายผล โดยผ่านกระบวนการทางงานของตัวทวีคูณ การหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ในวงแคบและกว้างออกไป (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2531)
3. ค่านิยม คือ สิ่งที่คุณลพอใจหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า แล้วยอมรับไว้เป็นความเชื่อ ค่านิยมจะอยู่ในตัว บุคคลในรูปของความเชื่อตลอดไป เมื่อบุคคลประสบกับการเลือกหรือเผชิญกับเหตุการณ์ ที่ต้องตัดสินใจอย่างใดอย่าง หนึ่ง บุคคลนั้นจะนำค่านิยมมาประกอบการตัดสินใจทุกครั้งไป (Fraenkel J., 1977)

### 2.2 เทคโนโลยีของทางประกัน

1. Insurtech คือ รูปแบบของนวัตกรรม Fintech ที่จะเปลี่ยนแปลงการทำธุรกรรมทางการเงินให้เป็นเรื่อง ง่ายดาย รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งจะยกระดับเทคนิคการขายประกันชีวิต (Nattaphong, 2561)
2. สร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ การเปิดช่องทางแบบ D2C (Direct to Customer) ผ่านทาง ออนไลน์เปิดโอกาสให้บริษัทประกันภัยหลายทาง แต่ทางหนึ่งที่สำคัญมากคือการได้ข้อมูลของลูกค้าในรูปแบบ Digital โดยตรง ข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้ความรู้และเทคโนโลยี Big Data ช่วยจัดเรียงเพื่อคาดการณ์เทรนด์ นำไปสู่การจัดการ ความเสี่ยงและออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ดีขึ้น (DIGITAL VENTURES, 2561)



3. ปรับช่องทางการขายใหม่ตามพฤติกรรมลูกค้าในยุค Digital เทคโนโลยีไม่ได้เปลี่ยนแค่ Process ของงานบริการเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนถึงวิธีการทำตลาดด้วย (DIGITAL VENTURES, 2561)

2.3 ความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ ด้านเบี้ยประกันชีวิต ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัทประกันชีวิต และผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ

2.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ (บริษัท เอไอเอ, 2562)

1. การให้ความคุ้มครอง คุ้มครองครอบครัวจากเหตุการณ์ไม่คาดฝันให้ผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้อยู่ข้างหลัง

2. การออมทรัพย์ กรมธรรม์เพื่อการสะสมทรัพย์ เพื่อเพิ่มเงินออมของครอบครัวและวางรากฐานการบริหารการเงินให้คุ้มค่าตลอดระยะเวลา 30 ปี โดยชำระเบี้ยประกันภัยเพียง 15 ปี อัตราเบี้ยประกันเหมาะสม ลงตัวสำหรับทั้งการออมเงินและการได้รับความคุ้มครอง

3. การลดภาษีเงินได้ เนื่องจากรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้น ผู้ที่ทำประกันชีวิตก็สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปใช้เป็นค่า ลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับแบบทั่วไป และ 200,000 บาทสำหรับ แบบบำนาญ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจการทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้นเพื่อความมั่นคงในชีวิต

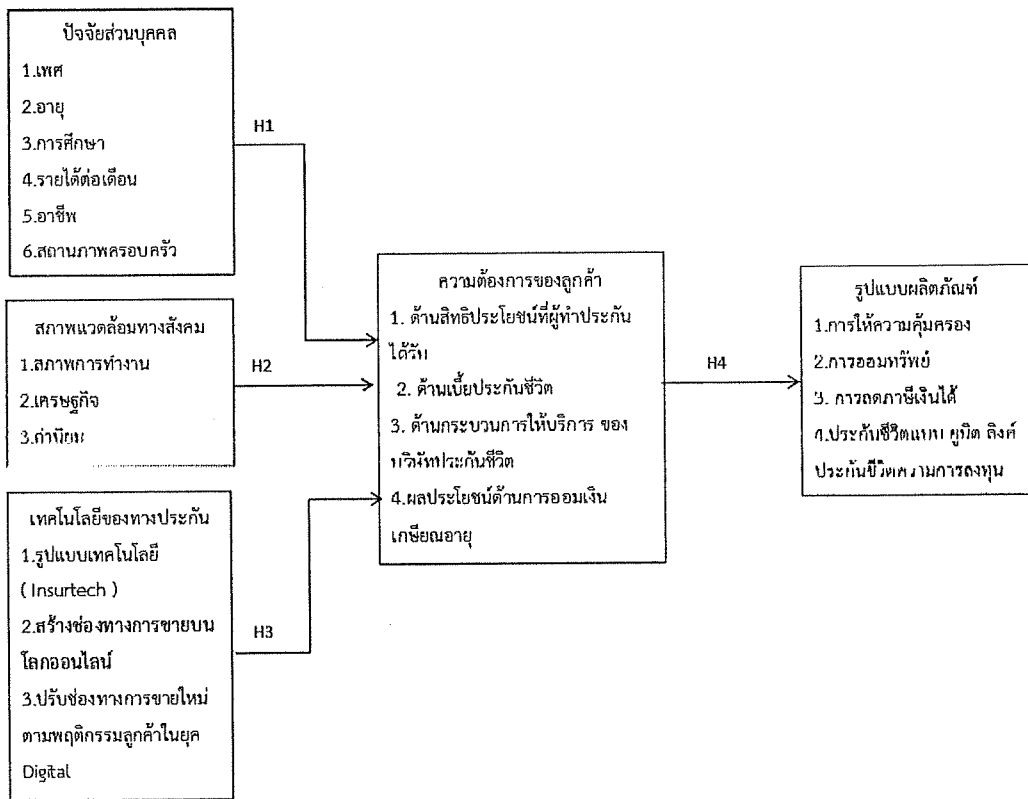
4. ประกันชีวิตแบบ ยูนิค ลิงค์ ประกันชีวิตความต้องการลงทุน เป็นประกันที่ให้ความคุ้มครองชีวิตพร้อมโอกาสรับผลตอบแทนที่สูงขึ้นจากการลงทุน





### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

| สมมติฐาน | รายละเอียด   |
|----------|--|
| H1       | ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน |
| H2       | สภาพแวดล้อมทางสังคมส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า              |
| H3       | เทคโนโลยีของทางประกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า            |
| H4       | ความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์                  |

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มวัยทำงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มวัยทำงาน



## ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ คอแครน (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลและได้รับกลับคืนจำนวน 350 คน (ภายในระยะเวลาที่กำหนด 1 เดือน) จากกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี และเวลาในการศึกษางานวิจัยตั้งแต่เดือนกันยายน - เดือนธันวาคม 2562

## ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเสนอ ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ เรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งค่าที่ได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (ลัดดาวลัย เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547) จากการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.977 ดังนั้นแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม, ปัจจัยด้านการเทคโนโลยีของทางประกัน, ด้านความต้องการของลูกค้า และด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.85, 0.903, 0.949 และ 0.944 ตามลำดับ การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเป็นผู้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านทางจดหมาย และทางออนไลน์ (Google Documents) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 350 ตัวอย่าง หลังจากกลุ่มตัวอย่างได้ตอบ แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้แบบสอบถามเอกสารในการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม 2562

## วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (SPSS) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ t-test การทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า



และการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

### ผลการวิจัย

แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน ส่วนใหญ่ เป็นผู้ชาย อายุ 22 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ภาวะที่พนักงงานบริษัทเอกชน สถานภาพครอบครัวโสด

ส่วนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางสังคม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ สภาพแวดล้อมทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านสภาพการทำงานมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ ) ในเรื่องความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมการทำงาน รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ( $\bar{X} = 3.88$ ) ความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และด้านค่านิยม ( $\bar{X} = 3.85$ ) ค่านิยมการรักษาสุขภาพที่เปลี่ยนไปใน ปัจจุบันตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เทคโนโลยีของทางประกัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ เทคโนโลยีของทางประกันโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านการสร้างช่องทางการขายบนโลก ออนไลน์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.05$ ) ตัวแทนของบริษัทมีความพร้อมที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และ ตัวแทนของบริษัทมีความพร้อมให้บริการและสามารถติดต่อได้ง่าย รองลงมาคือ ด้านรูปแบบเทคโนโลยี (Insurtech) ( $\bar{X} = 4.00$ ) ช่วยให้เข้าถึงการรับประกันได้อย่างง่ายดาย

ส่วนที่ 4 ความต้องการของลูกค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ ความต้องการของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.05$ ) ได้ผลตอบแทนที่มากกว่าการออมทรัพย์ในรูปแบบอื่น รองลงมาคือ ด้านการให้บริการของ บริษัทประกันชีวิต ( $\bar{X} = 4.01$ ) สะดวกในการจ่ายเบี้ยกรมธรรม์ ในการต่ออายุ และได้รับความรวดเร็วในการขอรับค่าสินไหมทดแทน ด้านเบี้ยประกันชีวิต ( $\bar{X} = 3.99$ ) ค่าเบี้ยประกันชีวิตที่จ่ายไปคุ้มค่า เหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสัญญา และนำเบี้ยประกันชีวิตไปหักลดหย่อนภาษีได้ และด้านผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ ( $\bar{X} = 3.96$ ) มีความมั่นคงของชีวิตหลังเกษียณ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าให้ความสำคัญต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านการให้ความคุ้มครองของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมาคือ ด้านการออมทรัพย์รูปแบบผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.04$ ) ด้านประกันชีวิตแบบ ยูนิค ลิงค์ ประกันชีวิตความต้องการลงทุน ( $\bar{X} = 3.96$ ) และด้านการลดภาษีเงินได้ ( $\bar{X} = 3.94$ ) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แต่เพศ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อายุ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน จากการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า อายุ 31 - 40 ปี กับอายุ 51 - 60 ปี มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ อายุ 41 - 50 ปี กับอายุ 51 - 60 ปี มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ



ความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน จากการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพรับจ้าง อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ อาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมทางสังคมส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า  
ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า

| สภาพแวดล้อมทางสังคม             | B     | Std. Error            | Beta  | T     | Sig.   | ผลการทดสอบ |
|---------------------------------|-------|-----------------------|-------|-------|--------|------------|
| ค่าคงที่                        | 1.659 | 0.228                 |       | 7.284 | 0.000  | มี         |
| สภาพการทำงาน                    | 0.169 | 0.062                 | 0.196 | 2.736 | 0.007* | มี         |
| เศรษฐกิจ                        | 0.282 | 0.055                 | 0.388 | 5.134 | 0.000* | มี         |
| ค่านิยม                         | 0.149 | 0.046                 | 0.241 | 3.210 | 0.002* | มี         |
| F-value = 42.085                |       | Sig. = 0.000          |       |       |        |            |
| Adjusted R <sup>2</sup> = 0.453 |       | Durbin-Watson = 1.965 |       |       |        |            |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.965 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R<sup>2</sup>) มีค่าเท่ากับ 0.453 แสดงว่า สภาพแวดล้อมทางสังคมสามารถอธิบายความผันแปรของ ความต้องการของลูกค้าได้ร้อยละ 45.3 การทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ สภาพการทำงาน เศรษฐกิจ และค่านิยม มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ดังนั้น สภาพแวดล้อมทางสังคม 3 ด้าน ได้แก่ สภาพการทำงาน เศรษฐกิจ และค่านิยม ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 เทคโนโลยีของทางประกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า  
ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์เทคโนโลยีของทางประกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า

| เทคโนโลยีของทางประกัน           | B     | Std. Error            | Beta  | t     | Sig.   | ผลการทดสอบ |
|---------------------------------|-------|-----------------------|-------|-------|--------|------------|
| ค่าคงที่                        | 0.500 | 0.203                 |       | 2.457 | 0.015  | มี         |
| รูปแบบเทคโนโลยี (Insurtech)     | 0.442 | 0.055                 | 0.474 | 7.989 | 0.000* | มี         |
| สร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์  | 0.428 | 0.058                 | 0.440 | 7.414 | 0.000* | มี         |
| F-value = 151.205               |       | Sig. = 0.000          |       |       |        |            |
| Adjusted R <sup>2</sup> = 0.668 |       | Durbin-Watson = 1.802 |       |       |        |            |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.802 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่า แล้ว (Adjusted R<sup>2</sup>) มีค่าเท่ากับ 0.668 แสดงว่า เทคโนโลยีของทางประกันสามารถอธิบายความผันแปรของ ความต้องการของลูกค้าได้ร้อยละ 66.8 การทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว แปร ได้แก่ รูปแบบเทคโนโลยี (Insurtech) และสร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ดังนั้น เทคโนโลยีของทางประกัน 2 ด้าน ได้แก่ รูปแบบเทคโนโลยี (Insurtech) และสร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์  
ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

| เทคโนโลยีของทางประกัน                       | B     | Std. Error            | Beta  | t     | Sig.   | ผลการทดสอบ |
|---|-------|-----------------------|-------|-------|--------|------------|
| ค่าคงที่                                    | 0.487 | 0.137                 |       | 3.509 | 0.001  | มี         |
| ด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ       | 0.255 | 0.051                 | 0.294 | 5.012 | 0.000* | มี         |
| ด้านเบี้ยประกันชีวิต                        | 0.231 | 0.036                 | 0.292 | 6.336 | 0.000* | มี         |
| ด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัทประกันชีวิต | 0.173 | 0.043                 | 0.196 | 3.983 | 0.000* | มี         |
| ผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ          | 0.224 | 0.44                  | 0.290 | 5.104 | 0.000* | มี         |
| F-value = 176.923                           |       | Sig. = 0.000          |       |       |        |            |
| Adjusted R <sup>2</sup> = 0.825             |       | Durbin-Watson = 1.996 |       |       |        |            |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.996 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่า แล้ว (Adjusted R<sup>2</sup>) มีค่าเท่ากับ 0.825 แสดงว่า ความต้องการของลูกค้าสามารถอธิบายความผันแปรของ รูปแบบผลิตภัณฑ์ได้ร้อยละ 82.5 การทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว แปร ได้แก่ ด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ ด้านเบี้ยประกันชีวิต ด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัทประกันชีวิต และผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ดังนั้น ความต้องการของลูกค้า 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ ด้านเบี้ยประกันชีวิต ด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัทประกันชีวิต และผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ ส่งผลต่อ รูปแบบผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า แตกต่างกัน สภาพแวดล้อมทางสังคม และเทคโนโลยีของทางประกันส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าอย่าง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05



### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญกว่า เช่น ต้องการบรรเทาความเดือดร้อนที่อาจเกิดขึ้น ทำให้ตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเนื่องจากต้องการความคุ้มครอง จึงทำให้ไม่ส่ง ผลต่อความต้องการของลูกค้า ส่วนเพศ อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการของลูกค้า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ วาจิตพล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจทำประกันชีวิตในรูปแบบBANCSSURANCEของคนในกรุงเทพมหานครการทดสอบสมมติฐาน พบว่าอายุ และอาชีพ ที่แตกต่างมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. สภาพแวดล้อมทางสังคม พบว่า ด้านสภาพการทำงาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านค่านิยม ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าใช้ในการพิจารณา เลือกซื้อประกันชีวิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ช่วยกระตุ้นให้เกิดการยอมรับและความต้องการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความ แตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมาพร นาคฉายา (2559) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ผลการศึกษาว่า ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี และงานวิจัยของ ฉัตรระพี เดชฤดี (2557) เรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าในร้านฟาร์มเฟรช ได้ผลการศึกษาว่า ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าในร้านฟาร์มเฟรช

3. เทคโนโลยีของทางประกัน พบว่า ด้านรูปแบบเทคโนโลยี (Insurtech) ด้านสร้างช่องทางขายบนโลกออนไลน์ ด้านปรับช่องทางการขายใหม่ตามพฤติกรรมลูกค้าในยุค Digital ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) การ บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น (Better Services) และการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร (Cost Efficiency) เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และคาดว่าในอนาคตความต้องการของลูกค้าจะยิ่ง หลากหลายมากขึ้น จึงควรลงทุนเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น สิ่งที่ละเลยไม่ได้ คือต้องมองการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ช่วยลดภาระการทำงานของแต่ละหน่วยงาน ให้สามารถเชื่อมต่อให้เป็นภาพองค์กรหรือ Ecosystem ให้ได้มากที่สุด

4. ความต้องการของลูกค้า พบว่า ด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ ด้านเบี้ยประกันชีวิต ด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัทประกันชีวิต ด้านผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง หรือ เกินความคาดหวัง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต และต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อให้สินค้าตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีความทันสมัยในทุกยุคสมัย



### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจประกันชีวิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ดังนี้

#### 1. สภาพแวดล้อมทางสังคม

ด้านสภาพการทำงาน ธุรกิจประกันชีวิตจะต้องศึกษาความปลอดภัยในการทำงานส่งเสริมให้มีความต้องการซื้อประกันชีวิต สภาพแวดล้อมในการทำงาน รายรับเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายและมีเงินออมในแต่ละเดือน เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจประกันชีวิตต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

ด้านค่านิยม ธุรกิจประกันชีวิตต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับค่านิยมการรักษาสุขภาพที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน

#### 2. เทคโนโลยีของทางประกัน

ด้านรูปแบบเทคโนโลยี ( Insurtech ) จะต้องช่วยลูกค้าในการวิเคราะห์ความต้องการให้ตอบโจทย์การเลือกซื้อประกันชีวิต มีความสะดวกและความมั่นใจในของการทำประกัน เข้าถึงการรับประกันได้อย่างง่ายดาย สามารถชำระเงินได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ด้านสร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ ตัวแทนของบริษัทจะต้องมีความพร้อมที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตด้วยภาษาง่าย ๆ และชัดเจน มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า มีความพร้อมให้บริการและสามารถติดต่อได้ และป้องกันไม่ให้เกิดการขัดแย้งกันเองของแต่ละช่องทางในเรื่องของการให้บริการแก่ลูกค้า

ด้านปรับช่องทางการขายใหม่ตามพฤติกรรมลูกค้าในยุค Digital ธุรกิจประกันมีเทคโนโลยีไม่ได้เปลี่ยนแปลงแค่ Process ของงานบริการเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนถึงวิธีการตลาดด้วย มีการวิเคราะห์ข้อมูลจนเห็น แนวโน้มพฤติกรรมด้วยเทคโนโลยี Big Data และสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าได้ตั้งแต่ขั้นการค้นหา

#### 3. ความต้องการของลูกค้า

ด้านด้านสิทธิประโยชน์ที่ผู้ทำประกันได้รับ ให้ผลตอบแทนกับลูกค้าที่มากกว่า การออมทรัพย์ในรูปแบบอื่น สามารถสร้างหลักประกันความมั่นคงแก่ชีวิตและครอบครัว มีเงินเก็บไว้ให้บุตรหลาน

ด้านเบี้ยประกันชีวิต ในการซื้อประกันชีวิตมีค่าเบี้ยประกัน ที่ไม่แพงจนเกินไป เหมาะสมกับ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากสัญญา และสามารถนำเบี้ยประกันชีวิต ไปหักลดหย่อนภาษีได้

ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทประกันชีวิตช่วยให้ลูกค้าได้รับความรวดเร็วในการซื้อกรมธรรม์ สะดวกในการจ่ายเบี้ยกรมธรรม์ในการต่ออายุ ได้รับความรวดเร็วในการขอรับค่าสินไหมทดแทน

ด้านผลประโยชน์ด้านการออมเงินเกษียณอายุ ลูกค้ามีเงินออมเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายตอนเกษียณ มีความมั่นคงของชีวิตหลังเกษียณ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีของ



ทางประกัน และด้านความต้องการของลูกค้า ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามีความหลากหลายยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่ต่างจังหวัด ควรมีการเพิ่มพื้นที่ในการวิจัย เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีของทางประกัน และด้านความต้องการของลูกค้า ในพื้นที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนกันหรือแตกต่างกันหรือไม่ และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

3. ควรมีการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก เช่น การสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้รับทราบผลวิจัยในลักษณะของการอธิบายด้วยเหตุและผลของการศึกษาในประเด็นนั้น ๆ

#### เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร ธนากรไพศาล. (2555). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการประกันภัย และการบริหารความเสี่ยง, คณะสถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จุฑามาศ วาจิตพล. (2556). การตัดสินใจทำประกันชีวิตในรูปแบบ BANCSSURANCE ของคนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปัทมาพร นาคฉายา. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.
- ภัทรภา โสภาสีห์. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557
- Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques (3rd ed.). New York: John Wilay & Sons.
- DIGITAL VENTURES. (2561). 6 สิ่งที่ธุรกิจประกันภัยควรโฟกัสเพื่อก้าวสู่การเป็น Innovative Insurance ในยุค Digital. สืบค้นจาก <http://www.dv.co.th/blog-th/Tech-Insurance-six/>
- Fraenkel, J. (1977). "ความหมายคำนิยม". Retrieved from <http://research.culture.go.th/ebook/sp104/files/assets/common/downloads/publication.pdf>.
- Nattaphong. (2561). รู้จัก Insurtech มิติใหม่การซื้อประกัน. สืบค้นจาก [https://medium.com/ Teamappman](https://medium.com/Teamappman)
- Plearn เพลิน by Krungsri GURU. (2562). ประกันภัยทำไมต้องมี เมื่อไหร่ที่ควรมี. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/insurance-when-have.html>