



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา

Factors Affecting the Decision to Buy Insurance (COVID-19) of the Population in Songkhla Province

อรณี ยะโก๊ะ^{1*}, นิธิศ ไพบูลย์¹ และวิลาวลัย จันทรศรี²

Oranee Yakoh^{1*}, Nitit Paibool¹ and Wilawan Jansri²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่, มหาวิทยาลัยทักษิณ

¹ Graduate student, Program in Modern Trade Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University.

² นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่, มหาวิทยาลัยทักษิณ

² Graduate student, Program in Modern Trade Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University.

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ

³ Assistant Professor, Ph. D, Department of Business Administration, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University.

*Corresponding author, E-mail: 631077155@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อประกันภัยโรคโควิด-19 ในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อ ด้านเงื่อนไขจากเหตุการณ์ ด้านค่าเบี้ยประกันชีวิต ด้านผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ และด้านช่องทางดำเนินการซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรคโควิด-19 ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคในจังหวัดสงขลาที่เคยซื้อประกัน (โควิด-19) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 250 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้มีการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS และวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเงื่อนไขจากเหตุการณ์ที่ซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกัน ปัจจัยด้านช่องทางการดำเนินการซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรคโควิด-19 ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา ในขณะที่ปัจจัยด้านแรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อ และปัจจัยด้านผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย(โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, แรงจูงใจ, เงื่อนไขที่, ค่าเบี้ยประกัน, ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์, ช่องทาง, ดำเนินการซื้อ



Abstract

The objectives of this research were 1) to study the buying behavior of Covid-19 insurance in Songkhla Province 2) to study the motivation, conditions, insurance deposit, beneficiary and purchasing channel that effect on decision to purchase Covid-19's insurance of the population in Songkhla province. The sample of the study which were 250 consumers in Songkhla province who had purchased insurance (COVID-19) in the past one year, were gathered by using purposive sampling method. Questionnaires were used as a tool for conducting research. Findings of the research were achieved by analyzing standard statistics by using SPSS program and structural equation modeling by using partial least square structural equation model (PLS-SEM). Finding found that conditions for buying, insurance deposit and purchasing channel affected decision to purchase Covid-19's insurance of the population in Songkhla province. However, the motivation factor and beneficiary did not affect decision to buy Covid-19's insurance of the population in Songkhla province.

Keywords: Purchase decision, Motivation, Conditions, Insurance deposit, Beneficiary, Purchasing channel

บทนำ

จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก. ฉุกเฉิน) เป็นเหตุให้หลายธุรกิจต้องหยุดชะงักและปิดกิจการ นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพในหลาย ๆ สายงาน ทำให้เกิดความเสียหายในระบบธุรกิจ (Department Of Disease Control, 2020) การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไม่เพียงแต่จะส่งผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจมีธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลเชิงบวก คือ ธุรกิจประกันภัยที่สวนกระแสวิกฤตการณ์ในครั้งนี้ ได้รับโอกาสทางธุรกิจมากกว่าผลกระทบ ส่งผลให้ธุรกิจประกันภัยหลายแห่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่องค์กร โดยจะมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรโควิด-19 จากการสำรวจข้อมูลของ Office of Insurance Commission (2020a) พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกภาคส่วน รวมถึงรายได้และความสามารถในการใช้จ่าย จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายช่องทาง ผู้คนจึงตระหนักและมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยมากยิ่งขึ้น ทำให้แนวโน้มยอดขายกรมธรรม์ประกันภัยโควิด-19 มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 84 เมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมดของธุรกิจ (ณัฐธินิศา คงแจ่ม และคณะ, 2564)

สถานการณ์ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาทำให้มีผู้เจ็บป่วยและเสียชีวิตเป็นจำนวนมากในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยด้วย หน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศก็มีมาตรการเฝ้าระวังดูแล

ผู้ป่วยติดเชื้อไวรัสโคโรนาอย่างเข้มงวด ขณะเดียวกันประชาชนเริ่มหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับความคุ้มค่า ซึ่งการซื้อประกันถือเป็นทางเลือกที่คุ้มค่ามากที่สุดยิ่งหลากหลายบริษัทประกันต่างพากันออกผลิตภัณฑ์ “ประกันโควิด 19” เข้ามาตอบโจทย์ความต้องการโดยเฉพาะแก่ประชาชนผู้สนใจ เพราะมีราคาไม่สูงให้ความคุ้มค่าที่สมเหตุสมผล ยอดขายประกัน “โควิด 19” ก็พุ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความกังวลที่เพิ่มมากขึ้นของประชาชน และหลายบริษัททยอยออกมารับความต้องการของผู้บริโภคเช่นกันปัจจุบันมีบริษัทประกันที่เปิดขายประกัน “โควิด 19” รูปแบบอื่น ๆ ที่เน้นคุ้มครองครอบคลุมทั้งอาการป่วย หรือเสียชีวิตจากอาการโควิด-19 เพื่อเป็นตัวเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการประกันในช่วงนี้ (จาตุรนต์ สุริวสิน, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของอุสมาน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท กรุงไทยแอกซ่า จำกัด(มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบกรมธรรม์) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 กับในด้านชื่อเสียงความมั่นคงด้านการให้บริการของตัวแทน และด้านวิธีการชำระเบี้ยประกันมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในการค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ผู้ที่ซื้อประกันชีวิตโควิด-19 จะได้รับค่าเบี้ยประกันที่จะมีเงื่อนไขการซื้อในราคาที่ภาครัฐกำหนดให้บริษัทประกันซึ่งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 จะมีเงื่อนไขและผลต่อผู้ซื้อและผู้รับที่จะได้จากการทำประกันโควิด-19 โดยจะมีผู้รับผลประโยชน์ ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 และช่องทางให้ผู้รับผลประโยชน์ประกันชีวิตโควิด-19 จะมีดำเนินการประกันชีวิตโควิด-19 เป็นขั้นตอนไปตามสัญญาที่ทำประกันโควิด-19 โดยจะมาจากช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 มาจากฝ่ายตัวแทนการขายจากบริษัทประกันชีวิตหรือจากทางภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อผู้ที่ต้องการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 (อุสมาน ฮะบีบุรเราะห์มานและคณะ, 2556)

การทำประกันภัยโรคโควิด-19 เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงและบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดความเสียหายแก่ชีวิตได้ จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา ผลวิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางให้บุคคลที่สนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 และบริษัทประกันภัยสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในใช้กับธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อประกันโรคโควิด-19 ในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการเป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบแล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจชื่อ (Kotler. 2000) มี 5 ขั้นตอน 1) รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem recognition) 2) การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล (The Information Search) 3) การประเมินผลทางเลือกจากการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้า 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) การประเมินผลภายหลังการซื้อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา หมายถึง เป็นการตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ เป็นการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์พิเศษที่บริษัทประกันภัยหรือธนาคารออกมารองรับกับสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะ

ประกันโควิด-19 หมายถึง เป็นกรมธรรม์พิเศษที่บริษัทประกันภัยหรือธนาคารออกมารองรับกับสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะ มีทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 ให้ความคุ้มครองแบบเหมาจ่าย ตามจำนวนเงินที่ได้ตกลงกันได้

รูปแบบที่ 2 ให้ความคุ้มครองเมื่อเสียชีวิตหรือมีอาการโคม่าจากโรคโควิด-19

รูปแบบที่ 3 คุ้มครองค่ารักษาพยาบาลคิดตามจริง และไม่เกินวงเงินที่กำหนดเอาไว้

รูปแบบที่ 4 คุ้มครองค่าชดเชยรายวัน หรือที่เรียกกันว่า “ประกันโควิดเจ้อจ่ายจบ”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แรงจูงใจเหตุการณ์ที่ซื้อประกันชีวิตโควิด-19 และการตัดสินใจซื้อประกันภัยโควิด-19

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งที่เป็นปัจจัยหรือสิ่งต่างๆที่มากระตุ้นหรือชักนำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หรือเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ แรงจูงใจจะมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก (ณัชพิมพ์ คงคา และสวรส ศรีสุโต, 2563) จากการศึกษาที่ผ่านมาของ จาตุรงค์ สุริวณิช (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาของบุคลากรศาลอาญา พบว่า แรงจูงใจในการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของบุคลากรศาลอาญา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติญา จิรกฤตยากุล (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพ ของบริษัท เอไอเอ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวว่า ด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพ ของบริษัท เอไอเอ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวจึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 แรงจูงใจเหตุการณ์ที่ซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย(โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา

เงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 และการตัดสินใจซื้อประกันภัยโควิด-19

เงื่อนไขกรมธรรม์ หมายถึง คือสัญญาระหว่างผู้เอาประกันกับบริษัทประกัน หากผิดเงื่อนไขบริษัทก็จะไม่จ่ายสินไหมได้วันที่ได้รับกรมธรรม์หมายความว่าความรวมถึง วันที่ข้อมูลเข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้เอาประกันภัยตามที่คุณเอาประกันภัยได้แจ้งไว้ในเงื่อนไขในกรมธรรม์ (สำนักงานตัวแทนดิจิทัล, 2564) จากงานวิจัยก่อนหน้านี้ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ระบุว่าปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทและระยะเวลาของกรมธรรม์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาตุรนต์ สุริวณิช (2563) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาของบุคลากรศาลอาญา ชี้ให้เห็นว่าเงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของบุคลากรศาลอาญา จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวจึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 เงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19)ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา

ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 และการตัดสินใจซื้อประกันภัยโควิด-19

เบี้ยประกัน หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องทำการชำระเงินให้กับบริษัทประกันเพื่อซื้อความคุ้มครองที่จะได้รับจากการประกันชีวิตที่ทำการซื้อประกัน (Moneyhub, 2557) จากการทบทวนวรรณกรรมของ มณีรัตน์ บุญยงค์, อังศุภา ขุนแจ้ง และ มยุรีมารยาท (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ระบุว่า ค่าเบี้ยประกันมีหลากหลายราคาให้เลือกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับ สุทธิศา นนทพันธ์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระบุว่า ด้านราคามีผลต่อปัจจัยต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากงานวิจัยข้างต้นจึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19)ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา

ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์และการตัดสินใจซื้อประกันภัยโควิด-19

ผู้รับประโยชน์ (Beneficiary) หมายถึง บุคคลที่ผู้เอาประกันระบุไว้ว่าจะมอบประโยชน์ให้หากผู้เอาประกันเสียชีวิต โดยสามารถเลือกผู้รับประโยชน์ได้หลายคน และกำหนดสัดส่วนที่ได้รับในอัตราส่วนที่ต่างกันก็ได้ ส่วนมากมักเป็นบุตร คู่สมรส หรือพ่อแม่ (เอฟดับบลิวดี, 2564) จากการศึกษาที่ผ่านมาของ จาตุรนต์ สุริวณิช (2563) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาของบุคลากรศาลอาญา พบว่า ผู้รับผลประโยชน์ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

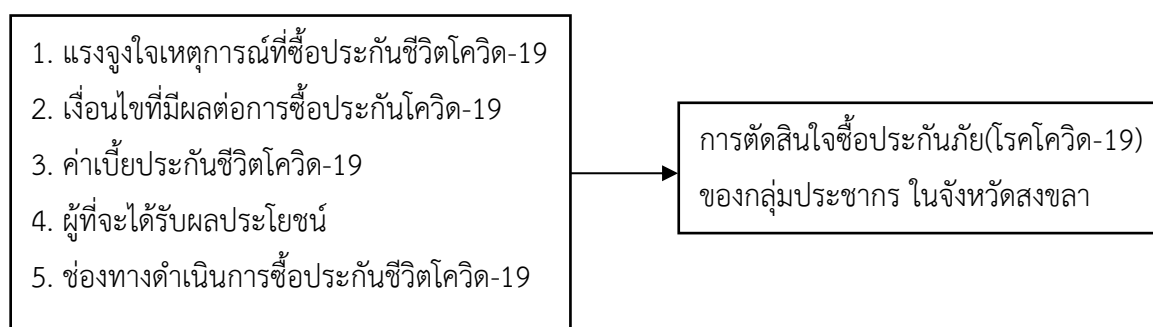
ประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาของบุคลากรศาลอาญาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคจังหวัดสงขลา ระบุว่า ปัจจัยด้านรูปแบบกรมธรรม์ ด้านสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคจังหวัดสงขลา จากงานวิจัยดังกล่าวจึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา

ช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 และการตัดสินใจซื้อประกันภัยโควิด-19

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือ Distribution Channel หรือ Marketing Channel) หมายถึง เส้นทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัทผู้ผลิตกำหนดขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อการซื้อของ (จาตุรนต์ สุรวินิจ, 2563) จากงานวิจัยก่อนหน้าของ ญัฐิยา ภทริกกิจจานุรักษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลวิจัยพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิตา นนทพันธ์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อปัจจัยต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากงานวิจัยดังกล่าวจึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5 ช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าในจังหวัดสงขลาที่เคยซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 กรรมธรรม์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 250 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา 5 ตัวแปร แรงจูงใจเหตุการณ์ที่ซื้อประกันชีวิตโควิด-19 เจื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์ และช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา มีข้อคำถาม 5 ข้อ ลักษณะเป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา และมีการประยุกต์ใช้โมเดลสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ได้แก่ Compositied Reliability (CR), Indicator Rliability และทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ได้แก่ Convergent Validity, Discriminant Validity, Cross-loading และ Fornell-Larcker Criterion) หลังจากทำการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของเครื่องมือเรียบร้อยแล้วจึงทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Tsting) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงที่เป็นอิสระ (Eogenous Variable) กับตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรตาม (Edogenous Variable)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 ส่วนอายุพบว่าส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 การประกอบอาชีพพบว่า นักเรียน/นักศึกษามากที่สุดจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อประกันภัย (โรคโควิด-9) ของประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อการซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) มากที่สุด คือ มากกว่า 1,000 บาท มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 0.34 และประกันโควิด-19 ที่เลือกซื้อในปัจจุบัน คือ ประกันโควิดแบบเหมาจ่าย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 0.372

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบและความเที่ยงตรงเชิง
เหมือน

Construct	Item	Loading	AVE**	CR*
แรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อ	ต้องการความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว	0.65	0.59	0.81
	ต้องการความคุ้มครองและรักษาพยาบาล	0.79		
	ต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี	0.89		
	ต้องการมีเงินสะสมไว้ใช้เมื่อติดโรคโควิด-19	0.84		
เงื่อนไขจากเหตุการณ์	รูปแบบของกรมธรรม์ ตรงตามความต้องการ	0.71	0.65	0.84
	อัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์น่าสนใจสูง	0.75		
	ระยะเวลาในการส่งเบี้ยประกันสั้น	0.74		
	มีสัญญาเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์	0.80		
ค่าเบี้ยประกันโควิด-19	เบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้	0.68		
	อัตราค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสม	0.82	0.54	0.86
	อัตราค่าเบี้ยประกันมีความหลากหลาย	0.88		
	มีความยืดหยุ่นในการชำระเบี้ยประกันภัย	0.80		
ผู้ที่ได้รับความคุ้มครองและรักษาพยาบาล	ได้รับความคุ้มครองและรักษาพยาบาล	0.83	0.77	0.87
	ได้รับสวัสดิการ หรือเงินชดเชยรายได้	0.92		
ช่องทางดำเนินการซื้อ	สามารถชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	0.75	0.64	0.87
	มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อ	0.86		
	มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน ที่ทำงานลูกค้า	0.80		
การตัดสินใจซื้อประกันภัย	ตัดสินใจซื้อประกันตามคำแนะนำจากคนอื่น	0.69	0.70	0.87
	พิจารณาอัตราเบี้ยประกันและผลประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อประกันโควิด-19	0.83		
	ตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 เพราะการให้บริการของพนักงานขาย	0.78		

หมายเหตุ : *CR = composite reliability; **AVE = average variance extracted

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน พบว่าค่า loading คือ น้ำหนักองค์ประกอบ เป็นค่าความสัมพันธระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์ผลว่ามีค่า ระหว่าง 0.65–0.92 ค่าถือว่ายอมรับได้ ต่อมาค่า CR สูงมากระหว่าง 0.81–0.87 ของทุกตัวแปร และค่า AVE มีค่าอยู่ระหว่าง 0.54–0.77 ซึ่งมากกว่า 0.23 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในตัวชี้วัดสามารถวัดค่าได้น่าเชื่อถือ มีความเที่ยงตรง และค่าความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละตัวภายในตัวแปรเดียวกันมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดต่างตัวแปรกันแสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Cohen, 1988)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและคุณภาพของมาตรวัด

ปัจจัย	ผู้ที่ได้รับ ผลประโยชน์	ช่องทาง ดำเนินการซื้อ	เงื่อนไข	การตัดสินใจ ซื้อประกัน	ค่าเบี้ย ประกัน	แรงจูงใจ
ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์	0.87					
ช่องทางดำเนินการซื้อ	0.58	0.80				
เงื่อนไข	0.57	0.53	0.74			
การตัดสินใจซื้อประกัน	0.44	0.54	0.53	0.77		
ค่าเบี้ยประกัน	0.52	0.63	0.62	0.51	0.83	
แรงจูงใจ	0.49	0.51	0.68	0.54	0.56	0.80

หมายเหตุ: Diagonals (in bold) Represent the Square Root of the Average Variance Extracted and off-Diagonals Represent the Correlations.

ผลการวิเคราะห์ พบว่าการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและคุณภาพของมาตรวัดของแต่ละตัวแปรที่สามารถแยกวัดได้เฉพาะเรื่องของตนไม่ปนเปื้อนกับมาตรวัดของตัวแปรอื่น ซึ่งจากตารางแสดงให้เห็นว่าค่าความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดต่างตัวแปรกันแสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก จึงสรุปได้ว่า Model ตัวแบบมีความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

Hypotheses	Relationships	Beta	SE	T value	Decision
H1	แรงจูงใจ -> การตัดสินใจซื้อประกัน	0.02	0.08	0.25	ไม่สนับสนุน
H2	เงื่อนไข -> การตัดสินใจซื้อประกัน	0.24	0.09	2.75**	สนับสนุน
H3	ค่าเบี้ยประกัน -> การตัดสินใจซื้อประกัน	0.15	0.07	2.03*	สนับสนุน
H4	ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ -> การตัดสินใจซื้อประกัน	0.06	0.08	1.76	ไม่สนับสนุน
H5	ช่องทางดำเนินการซื้อ -> การตัดสินใจซื้อประกัน	0.21	0.07	2.87**	สนับสนุน

หมายเหตุ: * $P < 0.05$, $t > 1.645$, ** $p < 0.01$, $t > 2.2327$, *** $p < 0.001$, $t > 3.092$ (one tailed); SE: Standard Error

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านเงื่อนไขจากเหตุการณ์ที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ($\beta = 0.24$, $p = 0.01$, $t = 2.75$) สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ($\beta = 0.15$, $p = 0.05$, $t = 2.03$) สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 และปัจจัยด้านช่องทางดำเนินการซื้อที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ($\beta = 0.21$, $p = 0.01$, $t = 2.87$) สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5 อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อ และปัจจัยด้านผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรครโควิด-19 ของกลุ่มประชากร ในจังหวัดสงขลา ดังนั้นผลการวิจัยชิ้นนี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 4

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจจากเหตุการณ์ที่ซื้อไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา เนื่องจากผู้บริโภคไม่พบเหตุการณ์ที่กระตุ้นให้ต้องซื้อประกันโดยทันที อย่างเช่น คนใกล้ชิดได้รับเชื้อโควิด-19 หรือผู้บริโภคอยู่ในกลุ่มเสี่ยง เป็นต้น ซึ่งสาเหตุที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 เกิดจากความตระหนักได้ถึงการแพร่เชื้อของโรคระบาดโควิด-19 และเกิดความวิตกกังวล เลือกลูกที่จะทำประกันเพื่อป้องกันการติดเชื้อของโรคระบาด-19 ในอนาคต สอดคล้องกับโดยงานวิจัยของจุฑามาศ วาจิตพล และดร.ไกรจิต สุตะเมื่อง (2556) พบว่า กระบวนการที่สร้างแรงจูงใจไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตในรูปแบบ Bancassurance ของคนในกรุงเทพมหานคร

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 กับการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านเงื่อนไขจากเหตุการณ์ที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคได้ตั้งเงื่อนไขในการซื้อประกันโควิด-19 ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของกรมธรรม์ อัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ ระยะเวลาในการส่งเบี้ยประกัน การลดหย่อนภาษี เป็นต้น หากเข้าเงื่อนไขที่ผู้บริโภคได้กำหนดไว้ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อได้ในทันที สอดคล้องกับโดยงานวิจัยของประติษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทและระยะเวลาของกรมธรรม์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และนอกจากนี้ จาตุรนต์ สุริวณิช (2563) พบว่า เงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของบุคลากรศาลอาญา

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 กับการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความตระหนักถึงเบี้ยประกันโควิด-19 ที่ตนต้องจ่าย และมีการกำหนดค่าเบี้ยประกันที่ตนสามารถจ่ายได้ เมื่อพบเห็นประกันที่มีราคาใกล้เคียงหรือตรงกับที่ได้กำหนดไว้ จะตัดสินใจซื้อได้ในทันที สอดคล้องกับโดยงานวิจัยของมณีนรัตน์ บุญยงค์, อังศุภา ขุนแจ้ง และ มยุรีมารยาท (2556) พบว่า ค่าเบี้ยประกันคู้มค่า เมื่อเทียบกับความคุ้มครองที่ได้รับ ค่าเบี้ยประกันมีหลากหลายราคาให้เลือกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และนอกจากนี้ สุทิศา นนทพันธ์ (2559) พบว่า ด้านราคามีผลต่อปัจจัยต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผู้ที่ได้รับผลประโยชน์กับการตัดสินใจซื้อประกันภัย (โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย

(โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา เนื่องจากโรคระบาดโควิด-19 ในปัจจุบันสามารถรักษาให้หายได้ ซึ่งไม่ได้ส่งผลถึงชีวิต ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ตระหนักถึงผู้ที่ได้รับผลประโยชน์เมื่อตนเป็นอะไรไป สอดคล้องกับงานวิจัยของวรสวัสดิ์ พรสวัสดิ์ (2561) พบว่า ด้านบุคคลหรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้า บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 กับการตัดสินใจซื้อประกันภัย(โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่า ช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย(โรคโควิด-19) ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคได้คำนึงถึงความสะดวกสบายในการชำระค่าเบี้ยประกัน เพราะผู้บริโภคส่วนมากไม่สะดวกที่จะไปชำระเงินถึงบริษัทประกันชีวิต หรือชำระเงินผ่านตัวแทน ทำให้ผู้บริโภคมองหากการชำระเงินที่ทำได้เองและรวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับโดยงานวิจัยของณัฐธิดา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และนอกจากนี้ ของสุพิศา นนทพันธ์ (2559) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านเงื่อนไขที่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ของกลุ่มประชากรในจังหวัดสงขลา ควรมีการรูปแบบของกรมธรรม์ที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ให้ทั้งความคุ้มครองและสะสมทรัพย์ ควรมีอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ อยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจสูง เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ควรมีระยะเวลาในการส่งเบี้ยประกันที่เหมาะสม และได้สิทธิการคุ้มครองเร็วเพื่อตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภค และควรมีสัญญาเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ เช่น คุ้มครองกรณีทุพพลภาพ, การเสียชีวิตจากโรคโควิด-19, คุ้มครองโรคโควิด-19 เป็นต้น

2. ด้านการค่าเบี้ยประกันชีวิตโควิด-19 ต้องมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับเงื่อนไขความคุ้มครอง และความสะดวกรวดเร็ว ในการแจ้งเคลม เมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีลำดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยของ ตัวแทนนายหน้าแต่ละคน การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยแก่ลูกค้าเก่า พนักงานขายมีความดูแลเอาใจใส่ ตลอด กระบวนการขาย และกระบวนการบริการหลังเกิดอุบัติเหตุ

3. ด้านผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ โดยหากผู้ทำประกันเสียชีวิตจากโรคโควิด-19 บริษัทประกันควรจ่ายเงินตามทุนประกัน ให้แก่ผู้รับประโยชน์ตามสัญญา ซึ่งเป็นผู้ที่อาจได้รับผลกระทบจากการจากไปของผู้ที่ทำประกันชีวิตเอาไว้ทางใดทางหนึ่ง เช่น บุคคลในครอบครัว

4. ด้านช่องทางดำเนินการซื้อประกันชีวิตโควิด-19 ควรมีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อหรือเข้าใช้บริการ ควรมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือที่ทำงานของลูกค้าจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของลูกค้า เพราะลูกค้าบางรายไม่สะดวกไปติดต่อที่บริษัท

เอกสารอ้างอิง

จาตุรนต์ สุริวณิช. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนาของบุคลากรสาธาณูปการ.บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคาแหง ประเทศไทย.

ชุตินญา จิรฤตยากุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพ ของบริษัท เอไอเอ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

ณัฐธินิชา คงแจ่ม, จุฑามาศรัตน์พิบูลย์, รัฐวิชัยอำภาศัพพะกุล, ธวัชหทัยเกิดแก้ว, รุสณีย์แซะ บิง, สิปปวิษณุวงศ์สุวัฒน์, ... วิภาดาเถาธรรมพิทักษ์. (2564). ผลกระทบจากโควิด-19 ที่มีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงและความต้องการซื้อประกันของประชาชนจังหวัดตรัง (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.

ณัชพิมพ์ คงคา และสรวส ศรีสุตโต. (2563). แรงจูงใจ และการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลแบบพีเอเพริสส์ กรณีศึกษา จ.พระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ

มณีนรัตน์ บุญยงค์,อังศุภา ขุนแจ้ง และมยุรี มารยาท. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร,

สุทิสรา นนทพันธ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงานตัวแทนดิจิทัล. (2564). เงื่อนไขกรมธรรม์ประกันชีวิต. shorturl.asia/UM5Cq



อุสมาน อะบีบุรเราะห์มาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับบริษัท
กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (ปริญาญรัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา

Cohen. J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences. Hillsdale, NJ:
Lawrence Erlbaum.

Moneyhub. (2557). ความหมายของ เบี้ยประกัน. สืบค้นออนไลน์จาก : shorturl.asia/hl8rF.