



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ
ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม



โดย
นางสาวคันธารัตน์ สามฉิมโฉม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ
ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE PURCHASING DECISION OF INSURANCE
OF THE ELDERLY IN BANGLEN DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE



By
Miss Kantharat Samchimchom

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Business Administration

Master of Business Administration Program

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2015

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” เสนอโดยนางสาวคันธารัตน์ สามฉิมโฉม เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....



56602303 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, ประกันชีวิต, ผู้สูงอายุ

คันธารัตน์ สามฉิมโฉม : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 124 หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามี ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต รองลงมา คือ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับ ด้านการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านรูปแบบของประกันชีวิต



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

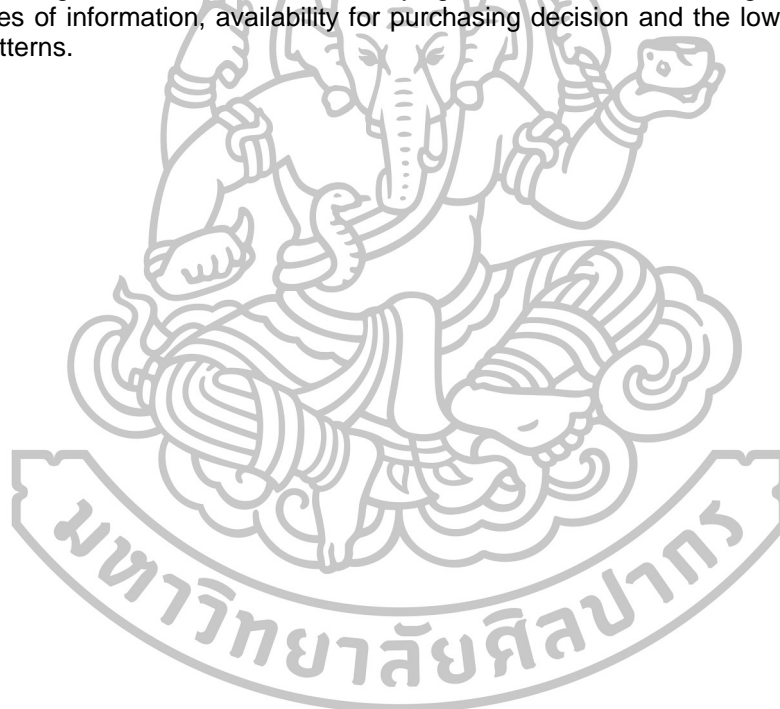
56602303 : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM

KEY WORD : MARKETING MIX, INSURANCE, ELDERLY

KANTHARAT SAMCHIMCHOM : MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE PURCHASING DECISION OF INSURANCE OF THE ELDERLY IN BANGLEN DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 124 pp.

The purposes of this research were 1) to study marketing mix factors influencing the purchasing decision of insurance of the elderly in Banglen District, Nakorn Pathom Province, and 2) to study behavior decision of the elderly to purchase insurance in Banglen District, Nakorn Pathom Province. Samples of the study were 400 elderly who lived in Banglen District, Nakorn Pathom Province. Questionnaires were used as the tool to this research and the collected data were analyzed by percentage, frequency, mean and standard deviation.

According to the research findings, the respondents' opinions on the marketing mix factors were found at the highest level for human resources and follow by process, product and services, physical evidence, price, distribution channel, and then the lowest lever was marketing promotion. For the behavior decision of buying life insurance of the elderly were identified at the high level. Their reasons for buying life insurance was the highest level, follow by the sources of information, availability for purchasing decision and the lowest level is life insurance patterns.



Master of Business Administration Program

Graduate School, Slipakorn University

Student's signature.....

Academic 2015

Thesis Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่างๆ ในการศึกษา และชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงาน ให้สมบูรณ์ และขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอขอบคุณผู้ดำเนินงานโครงการทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณรุ่นพี่ทุกๆ ท่านที่คอยแนะนำแนวทางและชี้แนะประเด็นถูกผิดจากประสบการณ์ตรง รวมถึงผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่มีอาจากล่าวนามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้

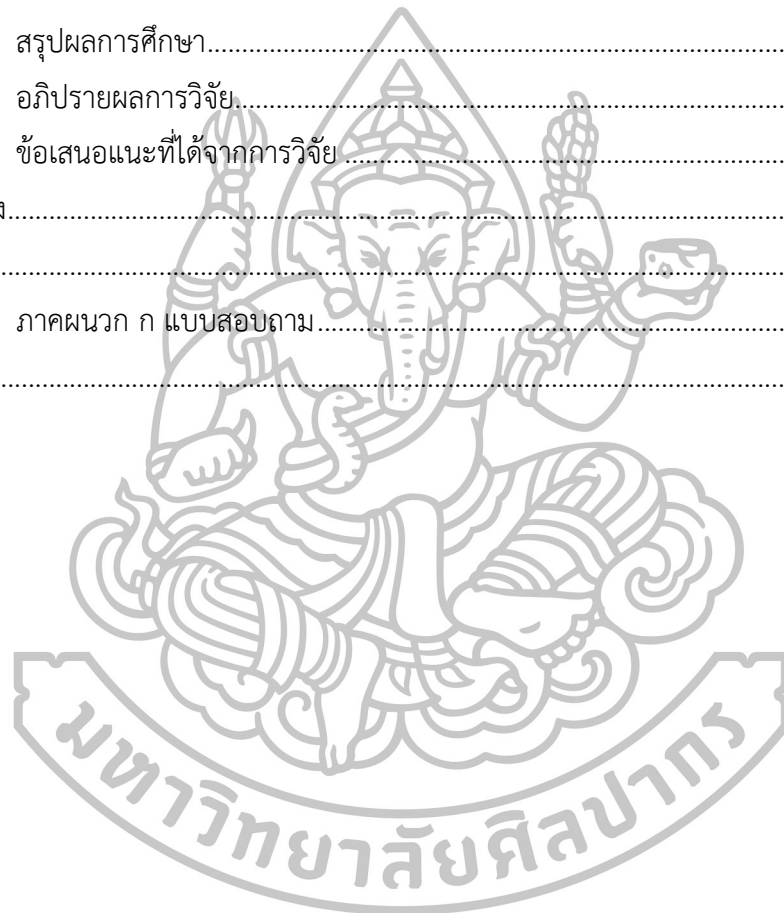
สุดท้ายนี้ผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา น้องสาว ที่ให้ความรักความห่วงใยเป็นกำลังใจในทุกๆ ด้านแก่ผู้วิจัย จนสามารถสำเร็จการศึกษาระดับมหาบัณฑิต และสามารถสร้างสรรค์งานวิจัยนี้ ให้เป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจและผู้ที่ต้องการศึกษาด้วยดี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลพื้นฐานของการทำประกันชีวิต.....	7
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	16
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's.....	18
ข้อมูลอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
ประชากร.....	27
ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การทดสอบเครื่องมือการวิจัย.....	30
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	37
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของผู้สูงอายุในอำเภอ บางเลน จังหวัดนครปฐม.....	45
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการศึกษา.....	95
อภิปรายผลการวิจัย.....	110
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	111
รายการอ้างอิง.....	113
ภาคผนวก	115
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	116
ประวัติผู้วิจัย	124



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H.....	13
2 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	34
3 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	34
4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	35
5 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	35
6 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	36
7 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	36
8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	38
9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	39
10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	40
11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	41
12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	42
13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	43
14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	44

ตารางที่	หน้า
15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวม.....	45
16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านรูปแบบของ ประกันชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	46
17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านเหตุผลในการ ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	47
18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการตัดสินใจซื้อ เมื่อไหร่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	48
19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	49
20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวม.....	50
21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตระหว่าง เพศชายและเพศหญิง.....	51
22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับอายุต่างๆ	52
23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในสถานภาพต่างๆ.....	53
24 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับการศึกษาต่างๆ	55
25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในอาชีพต่างๆ.....	57
26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับรายได้ต่างๆ	59

ตารางที่	หน้า
27 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกัน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	61
28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับอายุต่างๆ	62
29 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในสถานภาพต่างๆ	63
30 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในระดับการศึกษาต่างๆ.....	65
31 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในอาชีพต่างๆ	67
32 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตใน ระดับรายได้ต่างๆ.....	70
33 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกัน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	72
34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เมื่อไหร่ในระดับอายุต่างๆ.....	73
35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ในสถานภาพต่างๆ	75
36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ในระดับการศึกษาต่างๆ.....	76

ตารางที่	หน้า
37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ในอาชีพต่างๆ	78
38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ในระดับรายได้ต่างๆ	80
39 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกัน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	83
40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับ บอายุต่างๆ.....	84
41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับใน สถานภาพต่างๆ	85
42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับ การศึกษาต่างๆ	87
43 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในอาชีพต่างๆ.....	89
44 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับรายได้ต่างๆ.....	91

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนเราต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่เราหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น โรคภัยไข้เจ็บ ความชรา อุบัติเหตุที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน เราจึงต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา และพยายามวางแผนหรือหาวิธีการต่างๆที่สามารถรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ ดังนั้น ในการทำประกันชีวิตจึงเป็นทางเลือกที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนที่อาจเกิดขึ้น โดยบริษัทประกันชีวิตสัญญาจะชดเชยเงินให้หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้น และยังเป็นการสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว นอกจากนี้การทำประกันชีวิตยังมีประโยชน์ในหลายด้าน เช่น 1. ด้านการลงทุน การทำประกันชีวิตเปรียบเสมือนการลงทุนซื้อหลักทรัพย์อย่างหนึ่ง เนื่องจากการที่เราทำประกัน เราก็จะได้รับดอกเบี้ยเช่นเดียวกับการฝากเงินกับสถาบันการเงิน แต่มีเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าการลงทุนบางประเภท แต่เป็นรายได้ที่แน่นอน และไม่เสียต้นทุน 2. ด้านการออม การทำประกันเป็นการออมแบบกึ่งบังคับ โดยเฉพาะการทำประกันชีวิตแบบตลอดชีพและแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันมีหน้าที่จ่ายเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ และหากผู้เอาประกันไม่เสียชีวิตเมื่อครบระยะเวลาที่กำหนดทางบริษัทก็จ่ายเงินคืนคืนให้ตามจำนวนที่ได้ทำไว้ ถือได้ว่าเป็นการออมเพื่อใช้ยามชรา หรือออมไว้เป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน 3. ด้านการให้ความคุ้มครอง การทำประกันชีวิตจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อน เรื่องเงิน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในครอบครัว อันเนื่องมาจากการเสียชีวิตของคนในครอบครัว 4. ด้านความมั่นคง การทำประกันชีวิตสามารถสร้างความมั่นคงของรายได้แก่ผู้เอาประกัน เช่น ในกรณีที่ทำประกันอุบัติเหตุ หรือทำประกันการเจ็บป่วย ก็สามารถมีรายได้มาชดเชยสำหรับเลี้ยงดูตนเอง หรือการทำประกันชีวิตเพื่อเกษียณ ผู้เอาประกันก็สามารถมีรายได้หลังเกษียณ เพื่อเลี้ยงชีพไปตลอดชีวิต 5 ด้าน การได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เนื่องจากรัฐบาลได้มีการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต การทำประกันชีวิตจึงสามารถนำเบี้ยประกันชีวิตไปใช้ลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท เพื่อเป็นการจูงใจให้ประชาชนหันมาวางแผนอนาคตและทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้น 6. ด้านอื่นๆ การทำประกันชีวิตเป็นการวางแผนเตรียมเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน ซึ่งเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป กรมธรรม์จะมีมูลค่าเงินสด หากผู้เอาประกันมีความจำเป็นทางการเงิน ก็สามารถขอกู้เงินออกมาได้ตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และคิดอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง, 2554)

ปัจจุบันนี้ธุรกิจประกันชีวิตยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าปี 2556 ในอัตราไม่ต่ำกว่า 16% จากความต้องการของประชาชน มี 2 ด้านหลัก คือ ด้านแรกต้องการออมเงินไว้ใช้จ่ายในชีวิตหลังเกษียณอายุ และด้านที่สองต้องการเก็บออมไว้เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับตนเอง เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและเนื่องจากสังคมไทยเริ่มเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ คนเรามีอายุยืนขึ้น วิวัฒนาการทางการแพทย์พัฒนามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การวางแผนการประกันชีวิตเริ่มเป็นที่สนใจกับการใช้จ่ายของชีวิตหลังเกษียณ มากกว่าเน้นการออมเพื่อเป็นมรดกให้กับครอบครัวเหมือนหลายสิบปีที่ผ่านมา ทำให้การพัฒนาแบบประกันของบริษัทประกันชีวิตจะมุ่งเน้นการรองรับกลุ่มลูกค้าสูงวัยมากขึ้น (การเงินธนาคาร, 2557)

ซึ่งจังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่ในพื้นที่หนาแน่น จากการสำรวจข้อมูลประชากรผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐม ทั้ง 7 อำเภอ รวมทั้งอำเภอบางเลนถือว่ามีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังมีความสุขในการทำงานอยู่ เพราะเห็นว่าคุณภาพชีวิตที่แข็งแรง ดังนั้นเราควรส่งเสริมการทำประกันของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะสามารถแก้ปัญหาและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ ทำให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป (กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, 2557)

การทำประกันชีวิตเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น แต่ผู้ทำประกันยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการเลือกทำประกันชีวิต โดยเฉพาะผู้สูงอายุ และยังประสบปัญหาในเรื่องบริษัทประกันชีวิตไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้เท่าที่ควร จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม – 30 มิถุนายน 2558 และกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. พื้นที่การศึกษาวิจัย คือ การสำรวจในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
3. กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เวลา 2 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ 1 พฤษภาคม– 30 มิถุนายน 2558

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ มีดังนี้

4.1.1 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล

- 4.1.1.1 เพศ
- 4.1.1.2 อายุ
- 4.1.1.3 สถานภาพ
- 4.1.1.4 ระดับการศึกษา
- 4.1.1.5 อาชีพ
- 4.1.1.6 รายได้

4.1.2 ด้านส่วนประสมทางการตลาด

- 4.1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- 4.1.2.2 ด้านราคา
- 4.1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4.1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 4.1.2.5 ด้านบุคลากร
- 4.1.2.6 ด้านกระบวนการ
- 4.1.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

4.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม คือ รูปแบบของประกันชีวิต เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ และแหล่งข้อมูลที่ได้รับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อ เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิด ซึ่งเชื่อมโยงได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นียมศัพท์

1. การพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิต หมายถึง ลักษณะหรือการกระทำที่ผู้บริโภครัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่จะตอบสนองความต้องการได้
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
3. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ มีบริการและรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ตลอดจนเงื่อนไขและผลตอบแทนที่ชัดเจน
4. ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระเป็นเบี้ยประกันชีวิต อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้
5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง มีสถานที่ตั้ง สาขา และตัวแทนขายประกันชีวิตรายย่อยจำนวนมาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา การสื่อสารไปยังลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทประกันชีวิต
7. ด้านบุคลากร หมายถึง คุณสมบัติ บุคลิกภาพ ประสบการณ์การทำงานของตัวแทนประกันชีวิต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด
8. ด้านกระบวนการ หมายถึง ความรวดเร็วในการดำเนินงาน มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
9. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงานบรรยากาศรอบๆ มีความเหมาะสมกับบริษัท
10. ประกันชีวิต หมายถึง สัญญาต่างตอบแทนที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้เอาประกัน มีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันให้กับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง คือ บริษัทประกันชีวิต มีหน้าที่จ่ายผลตอบแทน เรียกว่าทุนประกันชีวิต ให้แก่ผู้เอาประกันหรือผู้รับประโยชน์ตามกรมธรรม์ เมื่อผู้เอาประกันอยู่ครบกำหนดสัญญาหรือเสียชีวิต
11. ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ และความต้องการที่ผู้สูงอายุให้ลำดับ

ความสำคัญมากที่สุด ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้กับ บริษัทประกันชีวิต ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุต่อไป

2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในด้านต่างๆ ได้แก่ รูปแบบของการประกันชีวิต เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ และแหล่งข้อมูลที่ได้รับ ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการให้บริการของตัวแทนของบริษัทประกันชีวิต ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจได้ใช้ปรับปรุง แก้ไขให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงอายุ



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย แบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของการทำประกันชีวิต
2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's
5. ข้อมูลอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลพื้นฐานของการทำประกันชีวิต

ความหมายของการประกันชีวิต

การประกันชีวิต คือ การชดเชยรายได้ที่ต้องสูญเสียไปอันเนื่องมาจากการตาย ทุพพลภาพ ถาวรสิ้นเชิงหรือชรภาพ โดยบริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับผลประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2552)

สัญญาประกันภัยเป็นการตกลงกันระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ต้องมีฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาเสนอ และอีกฝ่ายหนึ่งสนองตรงตามคำเสนอนั้น จึงจะเกิดเป็นสัญญาขึ้น ในกรณีสัญญาประกันภัยนี้ ตัวแทนคือผู้ที่บริษัทมอบหมายให้มีหน้าที่ชักชวนผู้มุ่งหวังมาทำสัญญาประกันภัยต่อบริษัท เพื่อให้บริษัทตอบรับในการทำสัญญาประกันภัย ถ้าบริษัทตกลงตามเงื่อนไขที่ผู้สมัครแสดงเจตนา และออกกรมธรรม์แสดงว่าได้เกิดเป็นสัญญาขึ้น

พพพ. ม.861 บัญญัติว่า “อันสัญญาประกันภัยนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้ในกรณีวินาศภัยหากเกิดขึ้น หรือในเหตุอย่างอื่นในอนาคต ดังได้ระบุในสัญญา และในการนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงิน ซึ่งเรียกว่า เบี้ยประกันภัย”

สัญญาประกันภัยตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มี 2 ประเภท คือ

1. สัญญาประกันวินาศภัย คือ สัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน ในกรณีวินาศภัย หากเกิดขึ้นในอนาคต และในกรณีนี้บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงิน ซึ่งเรียกว่า “เบี้ยประกันภัย” สัญญาประกันวินาศภัย เป็นสัญญาชดใช้ค่าสินไหมทดแทน กล่าวคือ เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นเท่าใดก็จะชดใช้เท่านั้น คือ ชดใช้ตามความเสียหายที่แท้จริง แต่ไม่เกินจำนวนเงินซึ่งเอาประกันภัยไว้

2. สัญญาประกันชีวิต คือ สัญญาที่บุคคลหนึ่งตกลงจะชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้เอาประกันหรือผู้รับประโยชน์ หรือทายาทของเขา ในเมื่อผู้เอาประกันภัยหรือผู้ที่ถูกเอาประกันชีวิตได้เสียชีวิตลง โดยมีกำหนดระยะเวลาของสัญญาหรือไม่มีกำหนดระยะเวลาของสัญญาก็ได้แล้วแต่จะตกลงกัน หรือจนกว่าผู้เอาประกันภัยหรือผู้ที่ถูกเอาประกันชีวิตไ้ยังคงทรงชีพอยู่จนครบกำหนดสัญญา และในการนี้ ผู้เอาประกันภัยตกลงจะส่งเงิน ซึ่งเรียกว่า “เบี้ยประกันภัย”

ผู้ที่เกี่ยวข้องในสัญญา

1. ผู้รับประกันภัย คือ คู่สัญญาฝ่ายตกลงจะชดใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่ง
2. ผู้เอาประกันภัย คือ บุคคลที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันชีวิต โดยอาศัยสาเหตุของการมีชีวิตหรือการตายเป็นเงื่อนไขในการจ่ายเงินประกันภัย
3. ผู้รับผลประโยชน์ คือ บุคคลที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิตว่าจะเป็นผู้ได้รับเงินประกันชีวิตตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ผู้รับผลประโยชน์อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้เอาประกันภัยก็ได้

การพิจารณารับประกันชีวิต

บริษัทผู้รับประกันจะพิจารณาข้อมูลจากใบคำขอเอาประกันภัย ในการแถลงสุขภาพของผู้เอาประกันภัย แล้วนำมาวิเคราะห์ประกอบการพิจารณารับประกันชีวิต เพื่อรักษาหลักคุณธรรมในการร่วมกันเสี่ยงภัยในหมู่ผู้เอาประกันภัย

บริษัทผู้เอาประกันจำแนกขนาดความเสี่ยงภัยของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปที่ขอทำประกันชีวิตออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ชีวิตมาตรฐาน เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงภัยตามปกติ ตามกฎเกณฑ์และเงื่อนไขที่บริษัทวางมาตรฐานไว้ บริษัทจะคิดอัตราดอกเบี้ยประกันภัยปกติสำหรับชีวิตมาตรฐาน
2. ชีวิตต่ำกว่ามาตรฐาน บริษัทอาจรับประกันชีวิต โดยเพิ่มเบี้ยประกันภัยพิเศษหรือเลื่อนเวลาการประกันภัยออกไป หรือกำหนดเงื่อนไขพิเศษในภัยที่ไม่คุ้มครอง
3. ชีวิตไม่อยู่ในเกณฑ์ที่จะรับประกันภัยได้ บริษัทจำเป็นต้องปฏิเสธการรับประกันชีวิต

นั้น

ชนิดของการประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. ชนิดไม่มีเงินปันผล
2. ชนิดมีเงินปันผล

เงินปันผล คือ เงินที่จัดสรรมาจากส่วนเกินของเบี้ยประกันภัยจากการดำเนินงานของบริษัท ผู้รับประกันจะจ่ายเงินปันผลให้แก่เฉพาะรายที่ได้ตกลงกันไว้แล้วเท่านั้น คือ จ่ายให้เฉพาะผู้เอาประกันที่ถือกรมธรรม์ชนิดมีเงินปันผลเท่านั้น

การเลือกจ่ายเงินปันผลตามกรมธรรม์ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ขอรับเงินปันผลเป็นเงินสด
2. ใช้เงินปันผลตามกรมธรรม์นี้ลดเบี้ยประกันภัย
3. ใช้เงินปันผลซื้อประกันภัย เพื่อเพิ่มจำนวนเงินเอาประกันภัย
4. เก็บเงินปันผลไว้กับบริษัทเพื่อสะสมต่อไปโดยได้รับดอกเบี้ย

ประเภทของการประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. การประกันชีวิตประเภทกลุ่ม หรือการประกันชีวิตแบบหมู่ คือ ประกันชีวิตซึ่งให้ความคุ้มครองกลุ่มคนภายใต้สัญญากรมธรรม์ฉบับเดียว โดยที่ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพ เบี้ยประกันนั้นอาจจะเป็นนายจ้างออกให้ทั้งหมด การชำระเบี้ยประกันอาจชำระเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน หรือรายปีก็ได้ หมายเหตุในกรณีนายจ้างและลูกจ้างช่วยกันชำระเบี้ยประกัน จะต้องมีจำนวนลูกจ้างสมัครทำประกันชีวิตอย่างน้อย 75% ของจำนวนลูกจ้างทั้งหมด การเรียกร้องสิทธิตามกรมธรรม์เป็นหน้าที่ของนายจ้างหรือผู้ถือกรมธรรม์ การกำหนดจำนวนเงินเอาประกันขึ้นอยู่กับปัจจัย คือ เงินเดือน ตำแหน่ง อาชีพ การสิ้นสุดผลบังคับของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่ม คือ

- 1.1 การว่าจ้างของพนักงานสิ้นสุดลง
- 1.2 พนักงานสูญเสียคุณสมบัติในการเอาประกัน
- 1.3 พนักงาน นายจ้างหยุดชำระเบี้ยประกัน มีการคืนเบี้ยประกัน (Refund Premiums)

จากประสบการณ์ (Experience) เนื่องจากมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนน้อย ทำให้เบี้ยประกันที่ควรชำระน้อยลง

2. การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม หรือเรียกว่าประเภทมวลชน เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันชีวิตแต่ละกรมธรรม์ต่ำ คือ ตั้งแต่ 10,000 บาทถึง 30,000 บาท เป็นการประกันที่ให้ความคุ้มครองและออมทรัพย์แก่ผู้มีรายได้น้อย ดังนั้นจำนวนเงินผู้เอาประกันภัยจะต่ำ ไม่มีการประกันสุขภาพ การชำระเบี้ยประกันอาจเป็นรายเดือน

3. การประกันชีวิตประเภทสามัญ เป็นการที่ให้ความคุ้มครองและออมทรัพย์ จำนวนเงินเอาประกันชีวิตแต่ละกรมธรรม์ ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไปถึงหลายล้านบาท โดยการชำระเบี้ยประกันอาจเป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน หรือรายเดือน รวมทั้งอาจมีการตรวจสอบสุขภาพ หรือไม่ตรวจสอบสุขภาพก็ได้ การรับประกันประเภทนี้เหมาะแก่ผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง แบ่งออกเป็น 4 แบบ ดังนี้

- 3.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา
- 3.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

3.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

3.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการประกันชีวิต

1. การมีชีวิตยืนยาวจนถึงวัยชราถือเป็นภาระอันหนักของคนชรา ซึ่งในปัจจุบันคนชราส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะพึ่งลูกหลานได้ จะมีก็น้อยที่พ่อแม่พึ่งลูกๆได้ในวัยชรา หมายถึง เขาต้องใช้เงินเพื่อเลี้ยงชีพในวัยชรา และเงินที่หามาได้ก็จะสะสมไว้ตั้งแต่วัยที่ยังเป็นหนุ่มสาวแข็งแรง ซึ่งการประกันชีวิตถือเป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นการออมระยะยาวที่มีระเบียบแบบแผน

2. การเสียชีวิตก่อนวัยอันสมควร เป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด คนที่เสียชีวิตในขณะที่ครอบครัวกำลังเริ่มต้น และการรับผิดชอบต่อสิ่งต่างๆ ก็สิ้นสุดไป ถ้าคนที่หารายได้มาเลี้ยงครอบครัวเกิดเสียชีวิตไปในอนาคตนั้น ผู้ที่อยู่ในอุปการะของเขาก็จะได้รับผลกระทบที่รุนแรงอย่างแน่นอน ซึ่งการประกันชีวิตจะช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้

3. การทุพพลภาพ ในการดำเนินชีวิตทุกคนต้องใช้ความสามารถ ความรู้ และอื่นๆ ของแต่ละบุคคล เพื่อให้ได้มาซึ่งอาหาร ที่อยู่อาศัย ความปลอดภัย ฯลฯ ให้กับตนเองและครอบครัว แต่ถ้าหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ทำให้ต้องเกิดทุพพลภาพนั้นหมายถึงรายได้ก็หยุดชะงักไปด้วย ส่วนค่าใช้จ่ายต่างๆ ก็ยังคงมีเข้ามาให้เราจ่ายอยู่ต่อไป

4. อุบัติเหตุ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมา โดยที่เราไม่คาดคิดมาก่อนและไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้ เพราะถ้าเรารู้ล่วงหน้าได้ทุกคนก็คงไม่ยอมให้เหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้น เนื่องจากอุบัติเหตุถ้าเกิดขึ้นกับใคร ก็ล้วนแต่นำมาซึ่งความสูญเสียทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นรายได้ เวลาในการทำงาน รวมทั้งก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นด้วย

5. การเจ็บป่วย เนื่องจากเส้นทางชีวิตต้องเผชิญกับโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ อย่างแน่นอนและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เมื่อเกิดการเจ็บป่วยขึ้นก็จะทำให้ความสามารถในการหารายได้ลดลง และถ้าเหตุการณ์นี้เกิดกับหัวหน้าครอบครัวที่มีหน้าที่ในการหารายได้ จะทำให้ครอบครัวนั้นเดือดร้อน เพราะต้องมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่รายได้ลดลง ไทยประกันชีวิต คู่มืออบรมกระบวนการขายประกันชีวิต กรุงเทพมหานคร ม.ป.ท. 2544 (ฉันทรา ประกอบทรัพย์, 2553)

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องข้อมูลพื้นฐานของการประกันชีวิต พบว่า การประกันชีวิตมีหลายรูปแบบ และแนวคิดพื้นฐานที่ผู้บริโภคจะซื้อประกันชีวิตที่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยจะนำประโยชน์ในการศึกษามาปรับใช้กับการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546:124) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

สุวิมล แม้นจริง (2546:137) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก ได้แก่ การค้นหา การเลือกซื้อ การเลือกใช้ การประเมินผลในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงการบริการที่ผู้บริโภคได้รับหรือพึงได้รับ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นที่คาดว่าจะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆ ได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550:18) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะส่งผลทั้งในปัจจุบันและอนาคต

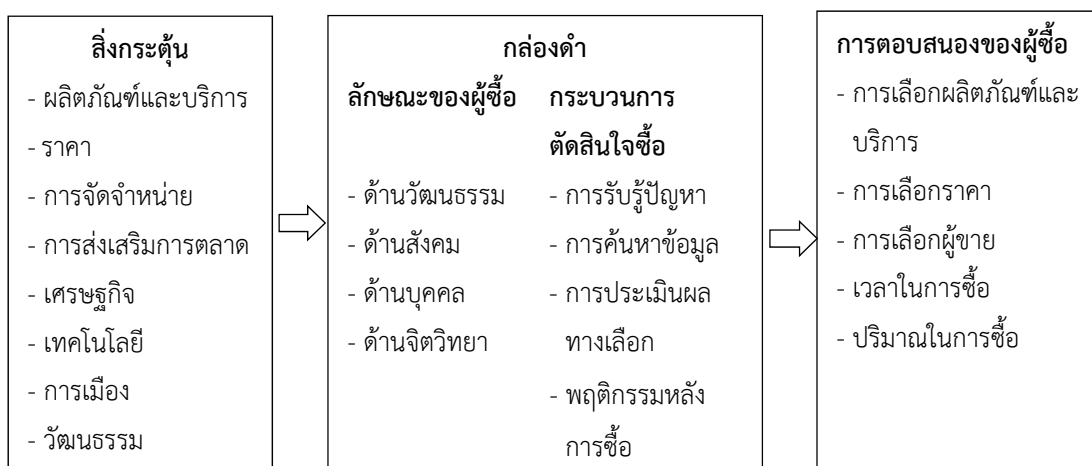
การพิจารณาความแตกต่างของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแตกต่างกันในแง่ประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น) กิจกรรมการบริโภค ความสนใจ ความคิดเห็น และทัศนคติก็แตกต่างกัน ความแตกต่างกันเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่ต่างกัน

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นนี้เรียกว่า ตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น เรื่องของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมการกิน การใช้ การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการบริโภคสินค้าและบริการหลายๆชนิดที่ต่างกันออกไป นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550:4)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 124) ได้กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ
 ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, กลยุทธ์การตลาด การบริการตลาดและกรณีศึกษา (กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2541), 124.

สิ่งเร้า (Stimuli) ในทางการตลาดนั้น สามารถแบ่งสิ่งเร้าออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งเร้าทางการตลาดกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค

สิ่งเร้าทางการตลาด ได้แก่ สิ่งที่เราเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สิ่งแวดล้อมอื่นๆทางการตลาดที่อยู่ล้อมรอบผู้บริโภค ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม การเมือง/กฎหมาย และวัฒนธรรม ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งสิ้น

สิ่งเร้าเหล่านี้นับเป็นตัวนำเข้า หรือ Input ที่จะเข้าไปยังกล่องดำของผู้บริโภคและส่งผลให้มีการตอบสนองออกมาเป็น Output

กล่องดำ (Black box) คำนี้เป็นคำนามธรรม โดยสมมติว่ากล่องดำเป็นที่รวบรวมปัจจัยต่างๆที่ว่า ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคแต่ละคนเอาไว้ นอกจากนี้ในกล่องดำยังมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออีกด้วย สิ่งเร้าเมื่อมาถึงกล่องดำจะถูกปัจจัยต่างๆ ตกแต่ง ชัดเกล้า แปรรูปร่างออกมาเป็นการตอบสนอง ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อจะทำงาน จนกระทั่งมีการซื้อเกิดขึ้น ถ้าตอบสนองในทางลบ ผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจซื้อ

การตอบสนอง (Response) เป็นผลลัพธ์จากอิทธิพลของปัจจัยและกลไกการทำงานของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่ในกล่องดำของผู้บริโภค ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวกจะสังเกตเห็นผู้บริโภคไปเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ เลือกตราผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ เลือกร้านที่จะซื้อ เลือกจังหวัดที่จะซื้อ และเลือกจำนวนที่จะซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546: 21) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจ ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งรายละเอียด ประกอบตาม

ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H

คำถาม (6 Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 1. ด้านประชากรศาสตร์ 2. ด้านภูมิศาสตร์ 3. ด้านจิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4. ด้านพฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiative) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการพนักงาน และภาพลักษณ์

ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H (ต่อ)

คำถาม (6 Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่เข้ามาคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participants in the Buying)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ กลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงเทศกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าผ่านคนกลางอย่างไร

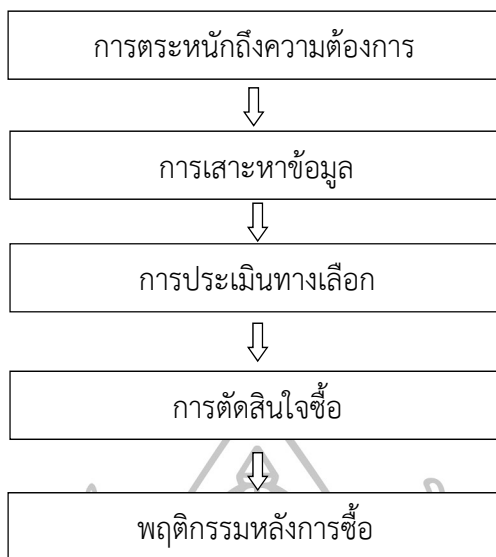
ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H (ต่อ)

คำถาม (6 Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการซื้อ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งได้ทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลที่มีความเหมาะสมมากที่สุด และพฤติกรรมผู้บริโภคมักมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจะนำประโยชน์ในการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมาปรับใช้ในการวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีรูปแบบและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทุกประเภทในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ แต่การซื้อที่ทำเป็นประจำโดยมากผู้บริโภคมักจะข้ามบางขั้นตอนไป ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังรูป (ฉัตยาพร เสมอใจ และมีทินยา สมมิ, 2545)



ภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ฉัตยาพร เสมอใจ และมีทินยา สมมิ, พฤติกรรมผู้บริโภค (กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด, 2545), 25.

1. การตระหนักถึงความต้องการ กระบวนการซื้อจะเริ่มขึ้นที่การตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการหรือความต้องการของตนเอง เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่แท้จริงของตนและสภาพที่ปรารถนา ความต้องการถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความหิว ที่เพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่สูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับ ความต้องการยังเกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก

2. การเสาะหาข้อมูล ผู้บริโภคที่ได้รับการกระตุ้นอาจเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ก็ได้ ถ้าแรงขับของผู้บริโภคมีมากเกินไปและมีสินค้าที่เป็นที่พึงพอใจอยู่ใกล้มือผู้บริโภค ผู้บริโภคมักจะซื้อทันที ไม่เช่นนั้นผู้บริโภคเก็บความต้องการไว้ในความทรงจำ หรือเสาะหาข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการนั้น ในขั้นนี้ผู้บริโภคอาจให้ความสนใจกับข้อมูลมากขึ้นเท่าที่หาข้อมูลได้ หรือเสาะหาอย่างกระตือรือร้น ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลได้จากหลายแหล่ง ทั้งแหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน คนคุ้นเคย เป็นต้น แหล่งพาดิษฐ์ เช่น การโฆษณา พนักงานขาย เว็บไซต์ เป็นต้น แหล่งสาธารณะ เช่น สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น และจากประสบการณ์ ซึ่งอิทธิพลของแหล่งข้อมูลเหล่านี้แตกต่างกันตามผลิตภัณฑ์หรือผู้ซื้อ แต่แหล่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ แหล่งบุคคล โดยปกติแหล่งพาดิษฐ์จะแจ้งข่าวสารแก่ผู้ซื้อ แต่แหล่งบุคคลจะช่วยประเมินผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อ ผู้ซื้อมักจะสอบถามเพื่อขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการจากบุคคลอื่น ไม่ว่าจะป็นญาติ เพื่อน คนคุ้นเคย ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ดังนั้นนักการตลาดต้องให้ความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างแหล่งข่าวสารแบบปาก

ต่อปาก แหล่งข้อมูลนี้มีข้อดี คือ ทำให้เกิดความมั่นใจ การพูดปากต่อปากเป็นวิธีการส่งเสริมการตลาดอย่างเดียวที่เกี่ยวกับผู้บริโภค โดยผู้บริโภค และเพื่อผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีความภาคดีและพอใจในตราผลิตภัณฑ์ที่พูดอวดเกี่ยวกับธุรกิจเป็นผู้บริโภคที่ทุกธุรกิจปรารถนา ไม่เพียงแต่ลูกค้าที่พึงพอใจจะซื้อซ้ำ แต่ลูกค้าเหล่านั้นยังพูดถึงบริษัท แถมต้นทุนในการสร้างความพึงพอใจต่ำและต้นทุนในการเปลี่ยนลูกค้าให้กลายเป็นผู้สนับสนุนค่อนข้างน้อย

3. การประเมินทางเลือก หมายถึง วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูลที่นำมาประเมินตราผลิตภัณฑ์สุดท้ายที่ผู้บริโภคจะเลือก โดยผู้บริโภคไม่ใช้กระบวนการประเมินง่ายๆ เพียงกระบวนการเดียวในสถานการณ์การซื้อทุกสถานการณ์ ผู้บริโภคที่มีทัศนคติต่อตราที่แตกต่างกัน โดยผ่านกระบวนการประเมิน ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกการซื้อจากลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภคและสถานการณ์การซื้อนั้น ในบางกรณีผู้บริโภคจะพิจารณาอย่างรอบคอบและคิดอย่างมีเหตุผล หรือบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่ประเมินทางเลือกหรือประเมินน้อยมาก เนื่องจากเป็นการซื้อจากการกระตุ้นและเป็นไปตามสัญชาตญาณ บางครั้งผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อโดยตัวของผู้บริโภคเอง บางครั้งเป็นไปตามเพื่อน จากคำแนะนำที่ให้กับผู้บริโภค หรือจากพนักงานขายที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการซื้อ

4. การตัดสินใจ ในส่วนของการประเมินผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ และสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยปกติผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อตราที่ชอบมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาจถูกกั้นกลางด้วยทัศนคติของผู้อื่นและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ทัศนคติของผู้อื่นอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน ผู้บริโภคอาจมีความตั้งใจ โดยอิงจากปัจจัยต่างๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ราคา และประโยชน์ของสินค้าที่คาดหวัง อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงอาจจะเปลี่ยนแปลงความตั้งใจซื้อได้

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ เมื่อมีการซื้อสินค้าแล้วหลังจากการทำการซื้อสินค้าผู้บริโภคอาจรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์นั้นและทำให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยที่นักการตลาดต้องให้ความสนใจ สิ่งที่จะนำมาพิจารณา และการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้า ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกผิดหวัง ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้ตามความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจ ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้สูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกประทับใจในสินค้านั้น อย่างไรก็ตามการซื้อเกือบทั้งหมดมักก่อให้เกิดความไม่สมดุลในความคิด หรือความไม่สบายใจที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่างการคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้าภายหลังการซื้อ ภายหลังการซื้อผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจกับคุณประโยชน์ของตราผลิตภัณฑ์ที่เลือก อย่างไรก็ตามการซื้อทุกครั้งจะต้องใช้การประเมินประนีประนอมร่วมด้วย ผู้บริโภคอาจจะรู้สึกไม่สบายใจ เมื่อพบข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือก และต้องเสียประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้เลือกซื้อ ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคจึงรู้สึกไม่สมดุล ภายหลังการซื้อในทุกครั้งไม่มากก็น้อย

การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะยอดขายของกิจการเกิดจากลูกค้า 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าใหม่ และกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน โดยปกติแล้วต้นทุนในการดึงดูดลูกค้าใหม่ จะสูงกว่าการรักษาลูกค้าปัจจุบัน และวิธีที่ดีที่สุดในการรักษาลูกค้าปัจจุบัน คือ การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าให้ยาวนาน เพื่อรักษาและเพิ่มลูกค้า รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากลูกค้าตลอดชีวิต ลูกค้าที่มีความพึงพอใจก็จะทำการซื้อซ้ำมากขึ้นและกล่าวถึงสินค้าและกิจการในทางที่ดี ลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะตอบโต้ในวิธีที่แตกต่างกัน ลูกค้าที่พึงพอใจจะเล่าถึงประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับคนอื่นฟังโดยเฉลี่ย 3 คน ในทางกลับกันลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะพูดตำหนิผลิตภัณฑ์ให้คนอื่นฟังถึง 11 คน จากงานวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่าคนที่มีปัญหากับองค์กรร้อยละ 13 จะตำหนิกิจการให้คนอื่นฟังมากกว่า 20 คน ซึ่งแน่นอนว่าคำพูดปากต่อปากในทางที่ไม่ดีจะไปได้ไกลและเร็วกว่าคำพูดที่ดีและสามารถทำลายทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจการและผลิตภัณฑ์ของกิจการได้อย่างรวดเร็ว

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีสิ่งเร้า ความต้องการ สิ่งจูงใจ หรือแรงกระตุ้นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจที่สูงสุด ผู้วิจัยจะนำประโยชน์ในการศึกษาด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มาปรับใช้กับการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คือ เครื่องมือที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพ โดยมีการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า คำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก จึงได้มีการพัฒนา สำหรับธุรกิจที่มีการผลิตสินค้าที่สามารถจับต้องได้ โดยสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์บริการนั้นจะมีความแตกต่างในส่วนของตัวสินค้า ที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ ซึ่งผู้ให้บริการจึงเป็นส่วนหนึ่งในการบริการ จะมีปัญหาทางด้านการรักษาคุณภาพของการบริการ เป็นสิ่งที่จะไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการได้เสมือนกับสินค้าที่สามารถจับต้องได้ จึงต้องอาศัยหลักส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการกับธุรกิจ (ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2549)

ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ความร่วมมือ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการในตัวของสินค้าและบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) โดยมีส่วนประกอบ 7 ประการหรือ 7P's คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้าสร้างความพึงพอใจ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่าง ลักษณะ บรรจุภัณฑ์ตราสินค้าและยังประกอบด้วยสิ่งที่สามารถสัมผัสได้และไม่ได้ เช่น ราคา คุณภาพตราสินค้า และบริการ

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่จะต้องชำระเพื่อให้ได้ตัวผลิตภัณฑ์ หรือคุณค่าที่อยู่ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองจะเกิดขึ้นถัดจากตัวผลิตภัณฑ์ ราคาเปรียบเสมือนเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เมื่อเทียบแล้วมีคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาก็จะเกิดเป็นการตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และสถานที่จัดจำหน่ายซึ่งยังประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือ Marketing Channel) เป็นกระบวนการในการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งมีหลากหลายขั้นตอน โดยต้องอาศัยจากหน่วยงานต่างๆ ที่ช่วยนำตัวผลิตภัณฑ์ไปยังตัวผู้บริโภค ระบบการจัดจำหน่ายยังประกอบไปด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค โดยสามารถใช้ช่องทางตรงและทางอ้อมจากคนกลางไปยังผู้บริโภค

3.2 การกระจายสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวกับกระบวนการวางแผน ควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปจากการเริ่มต้น จนถึงกระบวนการสุดท้ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยมุ่งหวังในตัวของผลกำไร จากการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า ส่วนของคลังสินค้า และการบริการสินค้าคงคลัง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าและบริการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดเป็นความต้องการ เตือนความทรงจำในตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมในการซื้อ การสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ โดยเครื่องมือในการสื่อสารนั้นมีด้วยกันหลากหลายเครื่องมือ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้นั้นจะมีการยึดหลักการใช้เครื่องมือการสื่อสารประสมประสานกันโดยทำให้เกิดความลงตัวและความเหมาะสมกับลูกค้า คู่แข่งขัน โดยบรรลุเป้าหมายไว้ด้วยกัน

5. ด้านบุคลากร (People) จะมองในแง่ของตัวพนักงาน การให้บริการ การแต่งกาย รวมถึงการพูดจาการมีท่าทางกริยาที่นอบน้อม มีมารยาทโดยที่ผู้ให้บริการนั้นต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อที่จะสามารถจูงใจผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และสร้างความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ในการคิดที่จะแก้ไขปัญหาและรับมือกับสถานการณ์ที่เข้ามาอย่างมืออาชีพ และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรที่ตนทำอยู่ได้

6. ด้านกระบวนการ (Process) กระบวนการ ขั้นตอน นโยบายต่างๆในการให้บริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้แก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักซึ่งลูกค้าต้องได้รับความสะดวกในการเข้ารับบริการ มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน มีการให้บริการอย่างเสมอภาค กระบวนการให้บริการนั้นต้องสอบถามความต้องการของลูกค้า มีการให้คำแนะนำ รวมถึงความมีทัศนคติที่ดีของผู้ให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ตอบปัญหาและให้คำปรึกษาอย่างตรงประเด็นของลูกค้าเพื่อสร้างผลการกลับมาให้บริการในครั้งต่อไป

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถจับต้องได้ในการให้บริการและสิ่งแวดล้อมต่างๆของสถานที่การให้บริการ โดยมีผลต่อความประทับใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น การติดป้ายบอกตำแหน่งของร้านที่ชัดเจน มีการสินค้าตามหมวดหมู่ รูปแบบของการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ตัวลูกค้า ในส่วนของป้ายชื่อร้าน สถานที่ตั้ง ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การจัดสถานที่นั่งไว้บริการให้คำปรึกษา บรรจุกิจกรรมที่ใช้ในการจัดจำหน่ายมีความสะดวกและมีคุณภาพ เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเรื่องส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการควบคุมธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการในสินค้าและบริการ ผู้วิจัยจะนำประโยชน์ในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้กับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ข้อมูลอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ประวัติความเป็นมาของอำเภอบางเลน เป็นอำเภอหนึ่งใน 7 อำเภอของจังหวัดนครปฐม ซึ่งห่างจากจังหวัดนครปฐมประมาณ 48 กิโลเมตร ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2439 ที่ว่าการอำเภอเดิมตั้งอยู่ที่บ้านบางไผ่นารล ตำบลบางไทรป่า ริมฝั่งตะวันออกของแม่น้ำท่าจีน ใช้ชื่อว่า อำเภอบางปลา ภายหลังอำเภอบางปลาแบ่งการปกครองเป็น 2 ตำบล คือ ตำบลบางปลา และตำบลบางเลน ในปี 2479 และได้เปลี่ยนแปลงชื่ออำเภอบางปลา เป็นอำเภอบางเลน มีเนื้อที่ประมาณ 588.836 ตารางกิโลเมตร ซึ่งเป็นอำเภอที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่มากที่สุดในจังหวัดนครปฐม มีจำนวนประชากร 92,446 คน และมีประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปทั้งหมด 19,284 คน (กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, 2557)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพัตรา ณ หนองคาย (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงวัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันชีวิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงวัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันชีวิต

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยในระดับที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ 10 ลำดับแรก คือ บริการตรวจสอบสุขภาพฟรี มีศูนย์ให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์ไว้คอยให้บริการ ตัวแทนมีบริการหลังการขายที่ดี ความสามารถในการชักชวนของพนักงานธนาคารหรือพนักงานขาย ขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหายไม่ยุ่งยาก ตัวแทนสามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน มีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าก่อนเสนอรูปแบบของการประกันชีวิต มีบัตรประกัน เงื่อนไขการทำประกันมีความน่าสนใจ เช่น ไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ หรืออายุเท่าไรก็ได้ เป็นต้น ความสะดวกในการติดต่อ ผลตอบแทนที่ได้รับมีความคุ้มค่าสัญญาเพิ่มเติมที่ให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกัน เช่น สวัสดิการรักษายาบาล ขั้นตอนในการทำประกันไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เป็นต้น

วสันต์ นัยเนตร (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาให้ปัจจัยที่มีผลในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการให้บริการ ซึ่งเท่ากันกับด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมั่นคงของธนาคาร รองลงมาคือเสียงของธนาคาร และแบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตสูง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถชำระเบี้ยโดยบัตรเครดิตได้ รองลงมาอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม และระยะเวลาชำระเบี้ยสั้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และวันเวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ รองลงมาชำระ

เบี้ยได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาร์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาร์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาร์เตอร์เซอร์วิส และบัตรเครดิต และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ และมีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบริการศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ สอบถามข้อมูลได้ รองลงมาข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วน และเข้าใจง่าย และของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า รองลงมาพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอเอียง และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ รองลงมาจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เท่ากัน และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว

ณัฐธา ประกอบทรัพย์ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม และ 2. ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า เหตุผลการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ต้องการความคุ้มครองและสะสมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.75 รูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.25 ตนเองเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 46.25 และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อแนวโน้มการทำประกันชีวิตมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 55.25

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.86

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านทัศนคติมีระดับความคิดเห็นที่มีผลการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.52

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ ในส่วนของรูปแบบของกรรมธรรม์ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจ แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารทั้งในส่วนรูปแบบของกรรมธรรม์ และบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และอายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในส่วนของรูปแบบของกรรมธรรม์

สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทำประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับปัจจัยทางด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

วรัญญา อัครเอกมาลิน (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านปัจจัยที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า

1. การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยวัตถุประสงค์ของการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เพื่อเป็นหลักประกันในชีวิต

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า บริษัทประกันชีวิต สาเหตุที่เลือกทำประกันชีวิต ประเภทของการประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อประกันชีวิตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

3. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อประกันชีวิต โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงานให้บริการ กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

กิตติศักดิ์ พันแสน (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ (Bancassurance) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการศึกษาพบว่า ลูกคามีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีความคิดว่า ระยะเวลาที่เหมาะสมในการทำประกันชีวิตเฉลี่ยเท่ากับ 14,709.64 บาท/ปี โดยตนเองคือบุคคลที่มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อประกันชีวิตมากที่สุด และพนักงานเป็นแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อประกันชีวิตมากที่สุด และพบว่าเหตุจูงใจที่มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อประกันชีวิตมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ที่ดีที่สุด ส่วนเหตุผลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพมากที่สุด คือ ฐานะทางการเงินที่มั่นคงของธนาคาร

ลูกค้าที่มีจำนวนบุตร อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นลูกค้าของธนาคารต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภาพ และระดับความสนใจในรูปแบบของการประกันชีวิต ด้านประกันชีวิตสะสมทรัพย์ ด้านประกันคุ้มครองอุบัติเหตุ ด้านประกันคุ้มครองเครดิต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ และระดับความสนใจในรูปแบบของประกันชีวิต ด้านประกันชีวิตสะสมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่เหมาะสมที่สามารถชำระเบี้ยประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านผลิตภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเบี้ยประกันชีวิตที่เหมาะสมที่สามารถชำระกับธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรกนก มีประเสริฐวาท (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องของผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญมากที่สุด คือจำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญมากที่สุด คือสามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้

ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องมีระบบข้อมูลลูกค้าครบถ้วน ถูกต้อง ปัจจัยด้านผลิตภาพ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องการมีบุคลากรเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามต้องการในเวลาที่เหมาะสม และมีกรรมวิธีหลายรูปแบบสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ประกันชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิตให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ต้องการความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัวในอนาคต การศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือศึกษาข้อมูลจากข่าวสารและสิ่งพิมพ์ต่างๆ การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือซื้อแบบกรรมวิธีตามความต้องการของตนเอง การตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือตัดสินใจซื้อเพราะครอบครัวต้องการความมั่นคง พฤติกรรมหลังการซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือมีความสบายใจและรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิต

วิกานดา เสรีสมนึก (2550) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางถึงมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ การมีสิทธิประโยชน์ตามกรรมวิธีประกันชีวิตสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มครองที่ได้รับคุ้มค่ากับเบี้ยประกัน

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ มีการสร้างเครือข่ายของตัวแทน เพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ได้รับรางวัลหรือการรับรองจากสถาบันระหว่างประเทศ ทำให้ดูน่าเชื่อถือ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหาย
ไม่ยุ่งยาก

กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตและกลุ่มผู้ไม่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน แตกต่างกันเพียงปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยกลุ่มผู้ทำประกัน
ชีวิตให้ความสำคัญอันดับแรกกับตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ และกลุ่มผู้ไม่
ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญอันดับแรกกับตัวแทนบริการด้วยความซื่อตรงและมีจริยธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องข้อมูลพื้นฐานของการทำประกันชีวิต แนวคิดและทฤษฎี
พฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสม
ทางการตลาด 7P's และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามที่กล่าวมา มีประโยชน์และเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้
ดังนั้นจากการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต
และจะนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นพื้นฐานในการสนับสนุนแนวคิด ทฤษฎี ในการวิจัยครั้งนี้



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ เพื่อมุ่งค้นหาคำตอบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อบริษัทประกันชีวิตและตัวแทนประกันในการนำข้อมูลไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร
2. ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การทดสอบเครื่องมือการวิจัย
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปทั้งหมด 19,284 คน (กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, 2554)

ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยถือเอาความเหมาะสมและรวดเร็วในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะตั้งคำถามคัดกรองเพื่อคัดเลือกผู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยถามคำถามเกี่ยวกับอายุ เพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเท่านั้น ซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ ดังนั้นได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Taro Yamane (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{19,284}{1+19,284(0.05)^2} \\ &= 399.9 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงออกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากบริเวณสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์รวมของผู้สูงอายุ เช่น สถานที่ออกกำลังกาย ตลาดนัด โรงพยาบาล วัด เป็นต้น

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เพื่อให้ได้ผลของการศึกษาที่น่าเชื่อถือที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปตามหมู่บ้านต่างๆ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น บทความ วารสารสิ่งพิมพ์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสาร หนังสือ และการค้นคว้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทาง ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัวแปรในการทำวิจัยคั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยคำตอบจะเป็นแบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า ตามแนวของ Likert ซึ่งแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ รูปแบบของประกันชีวิต เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ แหล่งข้อมูลที่ได้รับ โดยคำตอบจะเป็นแบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า ตามแนวของ Likert ซึ่งแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบาย โดยอาศัยสูตรคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายเพื่อจัดลำดับความสำคัญของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ใช้เกณฑ์

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น Interval (I)} &= \frac{\text{พิสัย Range (R)}}{\text{จำนวนชั้น Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

โดยการอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	4.21-5.00	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.41-4.20	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.61-3.40	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.81-2.60	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00-1.80	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็น

การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรม เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นที่สนใจและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้น ออกแบบคำถาม และวิธีการตอบคำถาม
3. นำเครื่องมือวิจัยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกประเด็นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมจำนวน 30 ชุด เพื่อวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.936
5. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมจำนวน 400 ชุด เพื่อสอบถามผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เมื่อวิเคราะห์แล้วผู้วิจัยนำมาเสนอผลการศึกษา โดยแสดงค่าของข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้การวิเคราะห์ค่าข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบตารางแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญกับรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้าน โดยกำหนดคะแนนความสำคัญในการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

ในการวิเคราะห์คะแนนรวมแต่ละปัจจัย โดยจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ได้แก่ รูปแบบของประกันชีวิต เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ แหล่งข้อมูลที่ได้รับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญกับรายละเอียดของพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันแต่ละด้าน โดยกำหนดคะแนนความสำคัญในการพิจารณาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกัน

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

ในการวิเคราะห์คะแนนรวมแต่ละปัจจัย โดยจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยการตลาดต้องใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ เพื่ออธิบายหรือบรรยายถึงคุณลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมได้ โดยแปลงข้อมูลดิบให้อยู่ในรูปแบบที่แปรผลให้เข้าใจได้ง่าย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ผู้วิจัยใช้สถิตินี้ในการหาค่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต

3.1 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เป็นการวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางของข้อมูลที่นิยมมากที่สุด เหมาะกับข้อมูลที่มีการแจกแจงแบบสมมาตร ค่าเฉลี่ยของข้อมูลหาได้จากผลรวมของทุกค่าของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด ค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงจะดี (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

3.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจายของข้อมูลว่าเป็นการแจกแจงปกติ

3.3 ค่าสถิติร้อยละ (Percent) การนำเสนอข้อมูลโดยใช้ร้อยละ เพื่อที่จะบอกไว้ในจำนวนตัวอย่างที่ศึกษา ในแต่ละกลุ่มมีจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์ เพื่อเปรียบเทียบความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม ค่าร้อยละที่มีค่าสูงจะดี (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ สามารถนำมาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน และกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n แทน ขนาดของตัวอย่าง (Sample Size)

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Mean)

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่าง (Sample Standard Deviation)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้จำนวน และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ลำดับต่อไปนี้จะได้นำเสนอผลการวิจัย โดยเรียงเรียงการนำเสนอทั้ง 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากลักษณะแบบสอบถาม เป็นการตรวจสอบรายการ มีจำนวน 6 ข้อดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	151	37.75
หญิง	249	62.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 เพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25

ตารางที่ 3 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
60-69	212	53.00
70-79	154	38.50
80-89	33	8.25
90 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 60-69 จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 70-79 จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ผู้ที่มีอายุ 80-89 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และสุดท้ายคือ ผู้ที่มีอายุ 90 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	64	16.00
สมรส	227	56.75
หย่าร้าง	38	9.50
หม้าย	71	17.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาคือ สถานภาพหม้าย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 สถานภาพโสด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และสุดท้ายคือ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	104	26.00
มัธยมศึกษา	91	22.75
ปวช./ปวส.	78	19.50
ปริญญาตรี	111	27.75
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือ การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 การศึกษาระดับปวช./ปวส. จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และสุดท้ายคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	82	20.50
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	107	26.75
พนักงานเอกชน	50	12.50
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	94	23.50
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	59	14.75
อื่นๆ (เกษียณ)	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อาชีพเกษตรกร จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อาชีพพ่อบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 12.50 และสุดท้ายคือ เกษียณ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	60	15.00
10,000-20,000	135	33.75
20,001-30,000	130	32.50
30,001-40,000	43	10.75
40,001-50,000	21	5.25
50,000 บาทขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ที่มีรายได้ 10,000-20,000 จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ที่มีรายได้

30,001-40,000 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 จำนวน 21 คิดเป็นร้อยละ 5.25 และสุดท้ายคือ ผู้ที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า จากตารางข้างต้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอายุระหว่าง 60-69 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.75 ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.75

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดตามลำดับ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81-2.60	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.80	หมายถึง	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n=400)

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.1 ชื่อเสียงของบริษัทประกัน	102 (25.50)	232 (58.00)	66 (16.50)	0	0	4.09	0.64	มาก
1.2 ความหลากหลายของรูปแบบประกันชีวิต	91 (22.75)	265 (66.25)	44 (11.00)	0	0	4.12	0.57	มาก
1.3 ผลประโยชน์ที่ได้รับจากประกันชีวิต	123 (30.75)	243 (60.75)	31 (7.75)	3 (0.75)	0	4.22	0.61	มากที่สุด
1.4 รายละเอียดของกรมธรรม์เข้าใจได้ง่าย	117 (29.25)	246 (61.50)	34 (8.50)	3 (0.75)	0	4.19	0.61	มาก
รวม						4.15	0.47	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการผลรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.15 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.22 รองลงมา คือ รายละเอียดของกรมธรรม์เข้าใจได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.19 ความหลากหลายของรูปแบบประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 และ ชื่อเสียงของบริษัทประกัน มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 4.09 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

2. ด้านราคา	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.1 ความเหมาะสมของอัตราเบี้ยประกันชีวิต	125 (31.25)	233 (58.25)	40 (10.00)	2 (0.50)	0	4.20	0.63	มาก
2.2 ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันชีวิต	93 (23.25)	265 (66.25)	39 (9.75)	3 (0.75)	0	4.12	0.59	มาก
2.3 เงื่อนไขในการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน รายปี)	82 (20.50)	209 (52.25)	98 (24.50)	10 (2.50)	1 (0.25)	3.90	0.75	มาก
2.4 การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันชีวิต	107 (26.75)	227 (56.75)	62 (15.50)	4 (1.00)	0	4.09	0.67	มาก
2.5 วิธีการชำระเบี้ย	114 (28.50)	178 (44.50)	100 (25.00)	8 (2.00)	0	3.99	0.79	มาก
รวม						4.06	0.55	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.06 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 5 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของอัตราเบี้ยประกัน มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 วิธีการชำระเบี้ย มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 และเงื่อนไขในการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน รายปี) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.90 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.1 ความหลากหลายของช่องทางในการซื้อ	103 (25.75)	241 (60.25)	52 (13.00)	4 (1.00)	0	4.11	0.65	มาก
3.2 ความสะดวกในการใช้บริการ	101 (25.25)	254 (63.50)	41 (10.25)	4 (1.00)	0	4.13	0.62	มาก
3.3 ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม	68 (17.00)	248 (62.00)	80 (20.00)	4 (1.00)	0	3.95	0.64	มาก
3.4 มีเว็บไซต์ หรือศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ให้ข้อมูลลูกค้า	86 (21.50)	225 (56.25)	83 (20.75)	6 (1.50)	0	3.98	0.69	มาก
3.5 ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง	72 (18.00)	258 (64.50)	67 (16.75)	3 (0.75)	0	3.99	0.62	มาก
รวม						4.03	0.52	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.03 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 5 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกในการใช้บริการ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.13 รองลงมา คือ ความหลากหลายของช่องทางในการซื้อ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 มีเว็บไซต์ หรือศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ให้ข้อมูลลูกค้า มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 และทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.95 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	62 (15.50)	277 (69.25)	59 (14.75)	1 (0.25)	1 (0.25)	3.99	0.58	มาก
4.2 มีการสื่อสาร โดยการใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อ เช่น จดหมาย, อีเมล	64 (16.00)	202 (50.50)	117 (29.25)	16 (4.00)	1 (0.25)	3.78	0.77	มาก
4.3 มีศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ สำหรับให้ลูกค้าสอบถามได้ตลอดเวลา	63 (15.75)	213 (53.25)	89 (22.25)	33 (8.25)	2 (0.50)	3.76	0.83	มาก
4.4 มีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทกับลูกค้า	57 (14.25)	206 (51.50)	114 (28.50)	21 (5.25)	2 (0.50)	3.74	0.78	มาก
รวม						3.82	0.62	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ มีการสื่อสาร โดยการใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อ เช่น จดหมาย, อีเมล มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 มีศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ สำหรับให้ลูกค้าสอบถามได้ตลอดเวลา มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 และมีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทกับลูกค้า มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.74 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

5. ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.1 ตัวแทนมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	117 (29.25)	239 (59.75)	40 (10.00)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.17	0.66	มาก
5.2 ตัวแทนมีความรู้เกี่ยวกับงาน สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน	126 (31.50)	220 (55.00)	54 (13.50)	0	0	4.18	0.65	มาก
5.3 ตัวแทนมีความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม	117 (29.25)	236 (59.00)	43 (10.75)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.16	0.66	มาก
5.4 ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	121 (30.25)	237 (59.25)	41 (10.25)	1 (0.25)	0	4.19	0.61	มาก
5.5 ตัวแทนดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	123 (30.75)	226 (56.50)	49 (12.25)	2 (0.50)	0	4.18	0.65	มาก
5.6 ตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี	132 (33.00)	215 (53.75)	50 (12.50)	3 (0.75)	0	4.19	0.67	มาก
รวม						4.18	0.55	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอ บางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 6 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการกับตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ตัวแทนมีความรู้เกี่ยวกับงาน สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนกับตัวแทนดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 ตัวแทนมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 และตัวแทนมีความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 4.16 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

6. ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6.1 มีการบริการที่รวดเร็ว	139 (34.75)	217 (54.25)	43 (10.75)	1 (0.25)	0	4.24	0.64	มากที่สุด
6.2 มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในกรณีเรียกร้องสินไหม หรือการจ่ายเงินคืนตามกรมธรรม์	130 (32.50)	208 (52.00)	59 (14.75)	3 (0.75)	0	4.16	0.69	มาก
6.3 ลูกค้านำสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียกได้ทันที	118 (29.50)	220 (55.00)	58 (14.50)	4 (1.00)	0	4.13	0.68	มาก
6.4 มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ถูกต้อง และตรงประเด็น	115 (28.75)	227 (56.75)	57 (14.25)	1 (0.25)	0	4.14	0.65	มาก
รวม						4.17	0.61	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการบริการที่รวดเร็ว มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในกรณีเรียกร้องสินไหม หรือการจ่ายเงินคืนตามกรมธรรม์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ถูกต้อง และตรงประเด็น มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 และลูกค้านำสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียกได้ทันที มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด เท่ากับ 4.13 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
7.1 ผลการดำเนินงานของบริษัทประกันชีวิตอยู่ในเกณฑ์ดี	81 (20.25)	283 (70.75)	36 (9.00)	0	0	4.11	0.53	มาก
7.2 ความมั่นคงของสถานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต	99 (24.75)	258 (64.50)	43 (10.75)	0	0	4.14	0.58	มาก
7.3 ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันชีวิต	96 (24.00)	252 (63.00)	52 (13.00)	0	0	4.11	0.59	มาก
7.4 ความทันสมัยของระบบการจัดการของบริษัทประกันชีวิต	99 (24.75)	231 (57.75)	69 (17.25)	1 (0.25)	0	4.07	0.65	มาก
รวม						4.11	0.51	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความมั่นคงของสถานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ผลการดำเนินงานของบริษัทประกันชีวิตอยู่ในเกณฑ์ดีกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 และความทันสมัยของระบบการจัดการของบริษัทประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 4.07 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.15	0.47	มาก
2. ด้านราคา	4.06	0.55	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	0.52	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82	0.62	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.18	0.55	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.17	0.61	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.11	0.51	มาก
รวม	4.07	0.40	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยรวมให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.07 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.15 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ด้านราคา มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.06 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.03 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.82 เป็นลำดับสุดท้าย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความสำคัญของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบของประกันชีวิต ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ และด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดตามลำดับ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81-2.60 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.80 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านรูปแบบของประกันชีวิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา	19 (4.75)	14 (3.50)	45 (11.25)	194 (48.50)	128 (32.00)	2.01	1.00	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ	234 (58.50)	133 (33.25)	32 (8.00)	1 (0.25)	0	4.50	0.65	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์	137 (34.25)	158 (39.50)	96 (24.00)	9 (2.25)	0	4.05	0.82	มาก
1.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ	23 (5.75)	13 (3.25)	59 (14.75)	179 (44.75)	126 (31.50)	2.07	1.05	น้อย
	รวม					3.16	0.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านรูปแบบของประกันชีวิต ที่ต้องการโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.50 รองลงมา คือ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีความสำคัญในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.07 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีความสำคัญในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 2.01 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.1 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	269 (67.25)	52 (13.00)	58 (14.50)	21 (5.25)	0	4.42	0.92	มากที่สุด
2.2 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	278 (69.50)	67 (16.75)	47 (11.75)	8 (2.00)	0	4.53	0.78	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร	121 (30.25)	118 (29.50)	114 (28.50)	42 (10.50)	5 (1.25)	3.77	1.03	มาก
2.4 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	174 (43.50)	106 (26.50)	88 (22.00)	25 (6.25)	7 (1.75)	4.17	2.65	มาก
2.5 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับดำรงชีพยามเกษียณอายุ	136 (34.00)	95 (23.75)	118 (29.50)	45 (11.25)	6 (1.50)	3.78	1.08	มาก
รวม						4.13	0.69	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านเหตุผลในการซื้อ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 5 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.53 รองลงมา คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตรมีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.77 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.1 ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย	146 (36.50)	163 (40.75)	78 (19.50)	13 (3.25)	0	4.11	0.83	มาก
3.2 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	31 (7.75)	148 (37.00)	141 (35.25)	59 (14.75)	21 (5.25)	3.27	0.98	ปานกลาง
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	88 (22.00)	148 (37.00)	104 (26.00)	44 (11.00)	16 (4.00)	3.62	1.07	มาก
3.4 ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	64 (16.00)	156 (39.00)	114 (28.50)	50 (12.50)	16 (4.00)	3.51	1.03	มาก
รวม						3.63	0.51	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.11 รองลงมา คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.62 ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.51 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.27 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	204 (51.00)	97 (24.25)	57 (14.25)	24 (6.00)	18 (4.50)	4.11	1.13	มาก
4.2 รับรู้จากวิทยุ	79 (19.75)	92 (23.00)	150 (37.50)	65 (16.75)	14 (3.50)	3.39	1.08	ปานกลาง
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	115 (28.75)	83 (20.75)	140 (35.00)	51 (12.75)	11 (2.75)	3.60	1.11	มาก
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	87 (21.75)	85 (21.25)	159 (39.75)	51 (12.25)	18 (4.50)	3.43	1.09	มาก
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	54 (13.50)	61 (15.25)	152 (38.00)	109 (27.25)	24 (6.00)	3.03	1.09	ปานกลาง
4.6 รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต	172 (43.00)	80 (20.00)	96 (24.00)	43 (10.74)	9 (2.25)	3.91	1.14	มาก
รวม						3.64	0.75	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.64 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อทั้ง 6 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.11 รองลงมา คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 รับรู้จากโทรศัพท์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.60 รับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.43 รับรู้จากวิทยุ มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.39 และรับรู้จากอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.03 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวม

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. รูปแบบของประกันชีวิต	3.16	0.33	ปานกลาง
2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	4.13	0.69	มาก
3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	3.63	0.51	มาก
4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	3.64	0.75	มาก
รวม	3.64	0.32	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผลการสำรวจข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมโดยรวมให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.64 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.13 รองลงมา คือ แหล่งข้อมูลที่ได้รับ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.64 การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ส่วน มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 และรูปแบบของประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.16

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตระหว่างเพศชายและเพศหญิง

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	เพศ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่ว ระยะเวลา	ชาย	151	1.83	0.07	37.75	น้อย
	หญิง	249	2.11	0.07	62.25	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบ ตลอดชีพ	ชาย	151	4.44	0.05	37.75	มากที่สุด
	หญิง	249	4.54	0.04	62.25	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์	ชาย	151	4.11	0.07	37.75	มาก
	หญิง	249	4.02	0.05	62.25	มาก
1.4 การประกันชีวิตแบบ เงินได้ประจำ	ชาย	151	2.17	0.09	37.75	น้อย
	หญิง	249	2.01	0.06	62.25	น้อย
รวม	ชาย	151	3.14	0.03	37.75	ปานกลาง
	หญิง	249	3.17	0.02	62.25	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับอายุต่างๆ

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	อายุ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบ ชั่วระยะเวลา	60-69	212	2.02	0.07	53.00	น้อย
	70-79	154	1.99	0.09	38.50	น้อย
	80-89	33	2.00	0.16	8.25	น้อย
	90 ปีขึ้นไป	1	2.00	-	0.25	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบ ตลอดชีพ	60-69	212	4.51	0.04	53.00	มากที่สุด
	70-79	154	4.55	0.05	38.50	มากที่สุด
	80-89	33	4.18	0.13	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์	60-69	212	4.05	0.06	53.00	มาก
	70-79	154	4.03	0.07	38.50	มาก
	80-89	33	4.24	0.15	8.25	มากที่สุด
	90 ปีขึ้นไป	1	4.00	-	0.25	มาก
1.4 การประกันชีวิตแบบ เงินได้ประจำ	60-69	212	2.04	0.07	53.00	น้อย
	70-79	154	2.08	0.08	38.50	น้อย
	80-89	33	2.21	0.20	8.25	น้อย
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
รวม	60-69	212	3.15	0.02	53.00	ปานกลาง
	70-79	154	3.16	0.03	38.50	ปานกลาง
	80-89	33	3.16	0.05	8.25	ปานกลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	3.50	-	0.25	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในทุกช่วงอายุให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา การ

ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในสถานภาพต่างๆ

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบ ชำระระยะเวลา	โสด	64	1.83	0.12	16.00	น้อย
	สมรส	227	2.03	0.07	56.75	น้อย
	หย่าร้าง	38	1.97	0.16	9.50	น้อย
	หม้าย	71	2.11	0.13	17.75	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบ ตลอดชีพ	โสด	64	4.64	0.06	16.00	มากที่สุด
	สมรส	227	4.46	0.05	56.75	มากที่สุด
	หย่าร้าง	38	4.55	0.10	9.50	มากที่สุด
	หม้าย	71	4.46	0.07	17.75	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์	โสด	64	4.03	0.09	16.00	มาก
	สมรส	227	4.06	0.06	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.89	0.15	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.17	0.09	17.75	มาก

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในสถานภาพต่างๆ (ต่อ)

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
1.4 การประกันชีวิตแบบ เงินได้ประจำ	โสด	64	2.25	0.13	16.00	น้อย
	สมรส	227	2.07	0.07	56.75	น้อย
	หย่าร้าง	38	1.76	0.10	9.50	น้อยที่สุด
	หม้าย	71	2.06	0.13	17.75	น้อย
รวม	โสด	64	3.19	0.04	16.00	ปานกลาง
	สมรส	227	3.16	0.032	56.75	ปานกลาง
	หย่าร้าง	38	3.05	0.05	9.50	ปานกลาง
	หม้าย	71	3.20	0.04	17.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในแต่ละสถานะภาพ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพโสด ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพสมรส ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหย่าร้าง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหม้าย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา	ประถมศึกษา	104	2.27	0.11	26.00	น้อย
	มัธยมศึกษา	91	1.97	0.09	22.75	น้อย
	ปวช./ปวส.	78	1.95	0.12	19.50	น้อย
	ปริญญาตรี	111	1.81	0.08	27.75	น้อย
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	2.13	0.29	4.00	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ	ประถมศึกษา	104	4.35	0.06	26.00	มากที่สุด
	มัธยมศึกษา	91	4.65	0.07	22.75	มากที่สุด
	ปวช./ปวส.	78	4.42	0.07	19.50	มากที่สุด
	ปริญญาตรี	111	4.56	0.06	27.75	มากที่สุด
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.63	0.18	4.00	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์	ประถมศึกษา	104	4.15	0.08	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.91	0.08	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	4.15	0.09	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	4.03	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00	0.18	4.00	มาก
1.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ	ประถมศึกษา	104	2.12	0.12	26.00	น้อย
	มัธยมศึกษา	91	2.21	0.11	22.75	น้อย
	ปวช./ปวส.	78	2.10	0.13	19.50	น้อย
	ปริญญาตรี	111	1.12	0.08	27.75	น้อยที่สุด
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	1.88	0.22	4.00	น้อย
รวม	ประถมศึกษา	104	3.22	0.03	26.00	ปานกลาง
	มัธยมศึกษา	91	3.18	0.04	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.16	0.04	19.50	ปานกลาง
	ปริญญาตรี	111	3.08	0.03	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.16	0.10	4.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในระดับการศึกษาต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับประถม ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในอาชีพต่างๆ

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา	เกษตรกร	82	2.41	0.13	20.50	น้อย
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	1.88	0.09	26.75	น้อย
	พนักงานเอกชน	50	1.90	0.13	12.50	น้อย
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	1.76	0.08	23.50	น้อยที่สุด
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	2.10	0.14	14.75	น้อย
	อื่นๆ	8	2.34	0.42	2.00	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ	เกษตรกร	82	4.49	0.08	20.50	มากที่สุด
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.67	0.05	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	4.30	0.09	12.50	มากที่สุด
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	4.43	0.07	23.50	มากที่สุด
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.44	0.08	14.75	มากที่สุด
	อื่นๆ	8	4.88	0.13	2.00	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์	เกษตรกร	82	4.05	0.08	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.89	0.08	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	4.40	0.11	12.50	มากที่สุด
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	4.07	0.09	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.14	0.11	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.38	0.18	2.00	ปานกลาง
1.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ	เกษตรกร	82	2.09	0.12	20.50	น้อย
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	2.13	0.10	26.75	น้อย
	พนักงานเอกชน	50	2.08	0.16	12.50	น้อย
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	2.09	0.11	23.50	น้อย
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	1.89	0.12	14.75	น้อย
	อื่นๆ	8	2.00	0.27	2.00	น้อย
รวม	เกษตรกร	82	3.26	0.04	20.50	ปานกลาง
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.14	0.03	26.75	ปานกลาง
	พนักงานเอกชน	50	3.17	0.05	12.50	ปานกลาง
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.09	0.03	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.14	0.04	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.16	0.12	2.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

1. รูปแบบของประกันชีวิต	รายได้	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา	น้อยกว่า 10,000	60	2.65	0.18	15.00	ปานกลาง
	10,000-20,000	135	1.98	0.08	33.75	น้อย
	20,001-30,000	130	1.78	0.07	32.50	น้อยที่สุด
	30,001-40,000	43	1.79	0.11	10.75	น้อยที่สุด
	40,001-50,000	21	2.14	0.22	5.25	น้อย
	50,000 บาทขึ้นไป	11	2.00	0.38	2.75	น้อย
1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ	น้อยกว่า 10,000	60	4.22	0.09	15.00	มากที่สุด
	10,000-20,000	135	4.64	0.05	33.75	มากที่สุด
	20,001-30,000	130	4.46	0.06	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000	43	4.47	0.10	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000	21	4.71	0.12	5.25	มากที่สุด
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.55	0.21	2.75	มากที่สุด
1.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์	น้อยกว่า 10,000	60	4.00	0.11	15.00	มาก
	10,000-20,000	135	4.01	0.07	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	4.10	0.07	32.50	มาก
	30,001-40,000	43	4.26	0.14	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000	21	3.81	0.20	5.25	มาก
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.09	0.21	2.75	มาก
1.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ	น้อยกว่า 10,000	60	1.87	0.14	15.00	น้อย
	10,000-20,000	135	2.20	0.09	33.75	น้อย
	20,001-30,000	130	2.18	0.09	32.50	น้อย
	30,001-40,000	43	1.74	0.08	10.75	น้อยที่สุด
	40,001-50,000	21	1.95	0.24	5.25	น้อย
	50,000 บาทขึ้นไป	11	1.73	0.24	2.75	น้อยที่สุด
รวม	น้อยกว่า 10,000	60	3.18	0.05	15.00	มาก
	10,000-20,000	135	3.21	0.03	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	3.13	0.03	32.50	มาก
	30,001-40,000	43	3.06	0.04	10.75	มาก
	40,001-50,000	21	3.15	0.09	5.25	มาก
	50,000 บาทขึ้นไป	11	3.09	0.13	2.75	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า รูปแบบของประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปีจ้ยย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.79

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	เพศ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	ชาย	151	4.39	0.78	37.75	มากที่สุด
	หญิง	249	4.44	0.06	62.25	มากที่สุด
2.2 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	ชาย	151	4.55	0.06	37.75	มากที่สุด
	หญิง	249	4.53	0.05	62.25	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการศึกษาบุตร	ชาย	151	3.83	0.09	37.75	มาก
	หญิง	249	3.73	0.06	62.25	มาก
2.4 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	ชาย	151	4.31	0.33	37.75	มากที่สุด
	หญิง	249	4.08	0.07	62.25	มาก
2.5 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ	ชาย	151	3.83	0.09	37.75	มาก
	หญิง	249	3.74	0.07	62.25	มาก
รวม	ชาย	151	4.18	0.08	37.75	มาก
	หญิง	249	4.10	0.03	62.25	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับอายุต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	อายุ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	60-69	212	4.31	0.07	53.00	มากที่สุด
	70-79	154	4.53	0.07	38.50	มากที่สุด
	80-89	33	4.64	0.14	8.25	มากที่สุด
	90 ปีขึ้นไป	1	4.00	-	0.25	มาก
2.2 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	60-69	212	4.52	0.05	53.00	มากที่สุด
	70-79	154	4.59	0.06	38.50	มากที่สุด
	80-89	33	4.39	0.16	8.25	มากที่สุด
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการศึกษาบุตร	60-69	212	3.73	0.07	53.00	มาก
	70-79	154	3.79	0.08	38.50	มาก
	80-89	33	3.88	0.18	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
2.4 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	60-69	212	4.17	0.24	53.00	มาก
	70-79	154	4.12	0.08	38.50	มาก
	80-89	33	4.30	0.14	8.25	มากที่สุด
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
2.5 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ	60-69	212	3.77	0.08	53.00	มาก
	70-79	154	3.94	0.08	38.50	มาก
	80-89	33	3.09	0.16	8.25	ปานกลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
รวม	60-69	212	4.10	0.06	53.00	มาก
	70-79	154	4.19	0.04	38.50	มาก
	80-89	33	4.06	0.06	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	4.40	-	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในระดับอายุต่างๆให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน, เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตรและเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในสถานภาพต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	โสด	64	4.25	0.12	16.00	มากที่สุด
	สมรส	227	4.43	0.06	56.75	มากที่สุด
	หย่าร้าง	38	4.55	0.16	9.50	มากที่สุด
	หม้าย	71	4.49	0.10	17.75	มากที่สุด

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในสถานภาพต่างๆ (ต่อ)

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.2 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	โสด	64	4.56	0.09	16.00	มากที่สุด
	สมรส	227	4.54	0.05	56.75	มากที่สุด
	หย่าร้าง	38	4.42	0.13	9.50	มากที่สุด
	หม้าย	71	4.58	0.09	17.75	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการศึกษาบุตร	โสด	64	3.91	0.12	16.00	มาก
	สมรส	227	3.67	0.07	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.61	0.18	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.04	0.12	17.75	มาก
2.4 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	โสด	64	4.05	0.13	16.00	มาก
	สมรส	227	4.26	0.23	56.75	มากที่สุด
	หย่าร้าง	38	3.97	0.19	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.07	0.12	17.75	มาก
2.5 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ	โสด	64	4.09	0.12	16.00	มาก
	สมรส	227	3.75	0.07	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.92	0.17	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.48	0.13	17.75	มาก
รวม	โสด	64	4.17	0.07	16.00	มาก
	สมรส	227	4.13	0.05	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	4.09	0.08	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.13	0.05	17.75	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในสถานภาพต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพโสด ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รอง

ลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และเพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพสมรส ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหย่าร้าง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหม้าย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจข้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจข้อประกันชีวิตในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจ ข้อประกันชีวิต	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลัง เสียชีวิต	ประถมศึกษา	104	4.23	0.09	26.00	มากที่สุด
	มัธยมศึกษา	91	4.51	0.09	22.75	มากที่สุด
	ปวช./ปวส.	78	4.41	0.09	19.50	มากที่สุด
	ปริญญาตรี	111	4.53	0.08	27.75	มากที่สุด
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.50	0.27	4.00	มากที่สุด
2.2 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	ประถมศึกษา	104	4.56	0.08	26.00	มากที่สุด
	มัธยมศึกษา	91	4.53	0.08	22.75	มากที่สุด
	ปวช./ปวส.	78	4.55	0.08	19.50	มากที่สุด
	ปริญญาตรี	111	4.51	0.72	27.75	มากที่สุด
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.56	0.18	4.00	มากที่สุด

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับการศึกษาต่างๆ (ต่อ)

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.3 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการศึกษาบุตร	ประถมศึกษา	104	3.91	0.10	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.82	0.11	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.60	0.12	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.72	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.69	0.22	4.00	มาก
2.4 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	ประถมศึกษา	104	4.08	0.10	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	4.04	0.10	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	4.73	0.64	19.50	มากที่สุดมาก
	ปริญญาตรี	111	4.04	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.63	0.20	4.00	
2.5 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ	ประถมศึกษา	104	3.49	0.09	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.90	0.11	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.54	0.13	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	4.04	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.25	0.25	4.00	มากที่สุด
รวม	ประถมศึกษา	104	4.05	0.04	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	4.16	0.06	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	4.17	0.14	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	4.17	0.05	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.13	0.12	4.00	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในระดับการศึกษาต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับประถม ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาวกับเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในอาชีพต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	เกษตรกร	82	4.12	0.11	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.66	0.68	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	4.70	0.09	12.50	มากที่สุด
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	4.31	0.11	23.50	มากที่สุด
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.44	0.12	14.75	มากที่สุด
	อื่นๆ	8	3.75	0.41	2.00	มาก

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในอาชีพต่างๆ (ต่อ)

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.2 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	เกษตรกร	82	4.59	0.08	20.50	มากที่สุด
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.58	0.07	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	4.32	0.13	12.50	มากที่สุด
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	4.51	0.11	23.50	มากที่สุด
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.50	0.19	14.75	มากที่สุด
	อื่นๆ	8	4.59	0.08	2.00	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการศึกษาบุตร	เกษตรกร	82	3.79	0.12	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.74	0.09	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	4.04	0.14	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.59	0.14	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.25	0.49	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.79	0.09	2.00	มาก
2.4 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	เกษตรกร	82	3.69	0.11	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.48	0.47	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	4.18	0.14	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.92	0.14	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.38	0.42	14.75	มากที่สุด
	อื่นๆ	8	4.36	0.09	2.00	มากที่สุด
2.5 เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ	เกษตรกร	82	3.37	0.11	20.50	ปานกลาง
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.07	0.09	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	4.08	0.16	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.27	0.14	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.50	0.46	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.98	0.11	2.00	มาก
รวม	เกษตรกร	82	3.91	0.05	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.30	0.10	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	4.26	0.07	12.50	มากที่สุด
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.95	0.05	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.88	0.15	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	4.21	0.05	2.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	รายได้	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
2.1 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต	น้อยกว่า 10,000	60	4.35	0.12	15.00	มากที่สุด
	10,000-20,000	135	4.31	0.08	33.75	มากที่สุด
	20,001-30,000	130	4.47	0.08	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000	43	4.56	0.13	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000	21	4.62	0.19	5.25	มากที่สุด
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.73	0.27	2.75	มากที่สุด
2.2 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน	น้อยกว่า 10,000	60	4.37	0.12	15.00	มากที่สุด
	10,000-20,000	135	4.61	0.06	33.75	มากที่สุด
	20,001-30,000	130	4.53	0.07	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000	43	4.44	0.12	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000	21	4.71	0.14	5.25	มากที่สุด
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.73	0.14	2.75	มากที่สุด
2.3 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร	น้อยกว่า 10,000	60	3.72	0.14	15.00	มาก
	10,000-20,000	135	3.94	0.08	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	3.65	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000	43	3.81	0.16	10.75	มาก
	40,001-50,000	21	3.67	0.19	5.25	มาก
	50,000 บาทขึ้นไป	11	3.36	0.20	2.75	ปานกลาง
2.4 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว	น้อยกว่า 10,000	60	3.87	0.15	15.00	มาก
	10,000-20,000	135	3.97	0.09	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	4.64	0.39	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000	43	4.02	0.13	10.75	มาก
	40,001-50,000	21	3.81	0.18	5.25	มาก
	50,000 บาทขึ้นไป	11	3.91	0.34	2.75	มาก
2.5 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับดำรงชีพยามเกษียณอายุ	น้อยกว่า 10,000	60	3.32	0.13	15.00	ปานกลาง
	10,000-20,000	135	3.60	0.09	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	3.92	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000	43	4.19	0.16	10.75	มาก
	40,001-50,000	21	4.23	0.23	5.25	มากที่สุด
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.27	0.38	2.75	มากที่สุด

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านรูปแบบของประกันชีวิตในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	รายได้	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
รวม	น้อยกว่า 10,000	60	3.92	0.05	15.00	มาก
	10,000-20,000	135	4.09	0.04	33.75	มาก
	20,001-30,000	130	4.24	0.09	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000	43	4.20	0.07	10.75	มาก
	40,001-50,000	21	4.21	0.10	5.25	มากที่สุด
	50,000 บาทขึ้นไป	11	4.20	0.17	2.75	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบัน ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิตกับเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	เพศ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย	ชาย	151	4.09	0.07	37.75	มาก
	หญิง	249	4.12	0.05	62.25	มาก
3.2 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	ชาย	151	3.36	0.08	37.75	ปานกลาง
	หญิง	249	3.22	0.06	62.25	ปานกลาง
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	ชาย	151	3.64	0.09	37.75	มาก
	หญิง	249	3.61	0.07	62.25	มาก
3.4 ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	ชาย	151	3.52	0.08	37.75	มาก
	หญิง	249	3.49	0.07	62.25	มาก
รวม	ชาย	151	3.65	0.04	37.75	มาก
	หญิง	249	3.61	0.03	62.25	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ผู้สูงอายุหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับอายุต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	อายุ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย	60-69	212	4.09	0.06	53.00	มาก
	70-79	154	4.13	0.06	38.50	มาก
	80-89	33	4.06	0.14	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
3.2 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	60-69	212	3.25	0.07	53.00	ปานกลาง
	70-79	154	3.27	0.08	38.50	ปานกลาง
	80-89	33	3.39	0.16	8.25	ปานกลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	4.00	-	0.25	มาก
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	60-69	212	3.49	0.07	53.00	มาก
	70-79	154	3.75	0.09	38.50	มาก
	80-89	33	3.85	0.14	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
3.4 ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	60-69	212	3.52	0.07	53.00	มาก
	70-79	154	3.53	0.08	38.50	มาก
	80-89	33	3.30	0.20	8.25	ปานกลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับอายุต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	อายุ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
รวม	60-69	212	3.59	0.03	53.00	มาก
	70-79	154	3.67	0.04	38.50	มาก
	80-89	33	3.65	0.08	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	3.75	-	0.25	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ระดับอายุต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการกับซื้อประกันชีวิตกับเมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในสถานภาพต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิต เมื่อ เจ็บป่วย	โสด	64	4.28	0.10	16.00	มากที่สุด
	สมรส	227	4.14	0.05	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.66	0.16	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.07	0.10	17.75	มาก
3.2 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมี คนชักชวนให้ซื้อ	โสด	64	3.27	0.12	16.00	ปานกลาง
	สมรส	227	3.23	0.07	56.75	ปานกลาง
	หย่าร้าง	38	3.45	0.16	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.32	0.11	17.75	ปานกลาง
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมี รูปแบบประกันที่น่าสนใจ และตรงตามความต้องการ	โสด	64	3.59	0.14	16.00	มาก
	สมรส	227	3.63	0.07	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.29	0.18	9.50	ปานกลาง
	หม้าย	71	3.79	0.12	17.75	มาก
3.4 ซื้อประกันชีวิต เมื่อ รู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัย จากการใช้ชีวิตประจำวัน	โสด	64	3.66	0.11	16.00	มาก
	สมรส	227	3.48	0.07	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.71	0.16	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.34	0.12	17.75	ปานกลาง
รวม	โสด	64	3.69	0.06	16.00	มาก
	สมรส	227	3.62	0.03	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.53	0.08	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.63	0.06	17.75	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในสถานภาพต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพโสด ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา ซื้อประกัน

ชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพสมรส ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหย่าร้าง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหม้าย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิตเมื่อเจ็บป่วย	ประถมศึกษา	104	4.17	0.08	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.92	0.08	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	4.27	0.09	19.50	มากที่สุด
	ปริญญาตรี	111	4.07	0.08	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.13	0.18	4.00	มาก
3.2 ซื้อประกันชีวิตเมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	ประถมศึกษา	104	3.34	0.09	26.00	ปานกลาง
	มัธยมศึกษา	91	3.27	0.11	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.39	0.09	19.50	ปานกลาง
	ปริญญาตรี	111	3.12	0.09	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.31	0.25	4.00	ปานกลาง

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	ประถมศึกษา	104	3.71	0.09	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.54	0.12	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.63	0.11	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.61	0.11	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.50	0.29	4.00	มาก
3.4 ซื้อประกันชีวิตเมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	ประถมศึกษา	104	3.50	0.10	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.37	0.11	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.42	0.13	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.66	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.63	0.22	4.00	มาก
รวม	ประถมศึกษา	104	3.22	0.03	26.00	ปานกลาง
	มัธยมศึกษา	91	3.18	0.04	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.16	0.04	19.50	ปานกลาง
	ปริญญาตรี	111	3.08	0.03	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.16	0.10	4.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 36 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในระดับการศึกษาต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับประถม ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และ ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในอาชีพต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิตเมื่อเจ็บป่วย	เกษตรกร	82	4.16	0.09	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.05	0.07	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	4.18	0.13	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	4.96	0.08	23.50	มากที่สุด
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.07	0.11	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	4.25	0.31	2.00	มากที่สุด
3.2 ซื้อประกันชีวิตเมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	เกษตรกร	82	3.34	0.11	20.50	ปานกลาง
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.21	0.10	26.75	ปานกลาง
	พนักงานเอกชน	50	3.36	0.11	12.50	ปานกลาง
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.18	0.11	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.36	0.12	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.38	0.26	2.00	ปานกลาง

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในอาชีพต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.3 ซื้อประกันชีวิตเมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	เกษตรกร	82	3.48	0.11	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.61	0.12	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	3.84	0.12	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.59	0.11	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.76	0.12	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.13	0.48	2.00	ปานกลาง
3.4 ซื้อประกันชีวิตเมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	เกษตรกร	82	3.52	0.11	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.65	0.09	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	3.44	0.16	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.49	0.11	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.31	0.15	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.38	0.38	2.00	ปานกลาง
รวม	เกษตรกร	82	3.63	0.06	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.63	0.05	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	3.71	0.07	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.59	0.06	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.62	0.06	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.53	0.21	2.00	มาก

จากตารางที่ 37 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา ซื้อ

ประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.1 ซื้อประกันชีวิตเมื่อเจ็บป่วย	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	4.02	0.12	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	4.14	0.07	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	4.06	0.07	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	4.26	0.12	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000 บาท	21	4.09	0.22	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	4.09	0.25	2.75	มาก

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
3.2 ซื้อประกันชีวิตเมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.43	0.12	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.29	0.09	33.75	ปานกลาง
	20,001-30,000 บาท	130	3.24	0.09	32.50	ปานกลาง
	30,001-40,000 บาท	43	3.16	0.16	10.75	ปานกลาง
	40,001-50,000 บาท	21	3.43	0.18	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.13	0.27	2.75	ปานกลาง
3.3 ซื้อประกันชีวิตเมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.48	0.12	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.65	0.09	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	3.67	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.60	0.16	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	3.67	0.23	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.36	0.45	2.75	ปานกลาง
3.4 ซื้อประกันชีวิตเมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.53	0.14	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.39	0.09	33.75	ปานกลาง
	20,001-30,000 บาท	130	3.46	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.93	0.13	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	3.43	0.23	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.82	0.18	2.75	มาก
รวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.62	0.07	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.62	0.04	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	3.61	0.05	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.74	0.07	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	3.65	0.09	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.50	0.14	2.75	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	เพศ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	ชาย	151	4.23	0.09	37.75	มากที่สุด
	หญิง	249	4.04	0.07	62.25	มาก
4.2 รับรู้จากวิทยุ	ชาย	151	3.37	0.09	37.75	ปานกลาง
	หญิง	249	3.41	0.07	62.25	มาก
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	ชาย	151	3.44	0.08	37.75	มาก
	หญิง	249	3.69	0.07	62.25	มาก
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	ชาย	151	3.39	0.09	37.75	ปานกลาง
	หญิง	249	3.45	0.07	62.25	มาก
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	ชาย	151	2.93	0.09	37.75	ปานกลาง
	หญิง	249	3.09	0.07	62.25	ปานกลาง
4.6 รับรู้จากพนักงาน ธนาคารหรือตัวแทน ประกันชีวิต	ชาย	151	3.83	0.09	37.75	มาก
	หญิง	249	3.95	0.07	62.25	มาก
รวม	ชาย	151	3.59	0.06	37.75	มาก
	หญิง	249	3.66	0.05	62.25	มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับอายุต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	อายุ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	60-69	212	4.06	0.08	53.00	มาก
	70-79	154	4.16	0.09	38.50	มาก
	80-89	33	4.18	0.21	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
4.2 รับรู้จากวิทยุ	60-69	212	3.33	0.07	53.00	ปานกลาง
	70-79	154	3.45	0.09	38.50	มาก
	80-89	33	3.45	0.21	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	5.00	-	0.25	มากที่สุด
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	60-69	212	3.52	0.08	53.00	มาก
	70-79	154	3.66	0.09	38.50	มาก
	80-89	33	3.84	0.20	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	2.00	-	0.25	น้อย
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	60-69	212	3.58	0.08	53.00	มาก
	70-79	154	3.29	0.08	38.50	ปานกลาง
	80-89	33	3.15	0.18	8.25	ปานกลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	60-69	212	3.14	0.08	53.00	ปานกลางปาน
	70-79	154	2.89	0.09	38.50	กลางปาน
	80-89	33	2.97	0.11	8.25	กลาง
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
4.6 รับรู้จากพนักงาน ธนาคารหรือตัวแทนประกัน ชีวิต	60-69	212	3.89	0.08	53.00	มาก
	70-79	154	3.99	0.09	38.50	มาก
	80-89	33	3.64	0.19	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	3.00	-	0.25	ปานกลาง
รวม	60-69	212	3.69	0.06	53.00	มาก
	70-79	154	3.57	0.04	38.50	มาก
	80-89	33	3.54	0.08	8.25	มาก
	90 ปีขึ้นไป	1	3.50	-	0.25	มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ระดับอายุต่างๆให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อย ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และรับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา รับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์กับรับรู้จากวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา รับรู้จากหนังสือพิมพ์, รับรู้จากอินเทอร์เน็ต และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในสถานภาพต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	โสด	64	4.19	0.14	16.00	มาก
	สมรส	227	4.07	0.08	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	4.03	0.17	9.50	มาก
	หม้าย	71	4.23	0.13	17.75	มากที่สุด
4.2 รับรู้จากวิทยุ	โสด	64	3.34	0.13	16.00	ปานกลาง
	สมรส	227	3.33	0.07	56.75	ปานกลาง
	หย่าร้าง	38	3.53	0.17	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.56	0.15	17.75	มาก

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในสถานภาพต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	สถานภาพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	โสด	64	3.52	0.11	16.00	มาก
	สมรส	227	3.75	0.08	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.47	0.22	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.27	0.12	17.75	ปานกลาง
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	โสด	64	3.29	0.16	16.00	ปานกลาง
	สมรส	227	3.30	0.07	56.75	ปานกลาง
	หย่าร้าง	38	3.82	0.17	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.75	0.13	17.75	มาก
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	โสด	64	3.00	0.14	16.00	ปานกลางปาน
	สมรส	227	3.06	0.08	56.75	กลางปาน
	หย่าร้าง	38	3.05	0.19	9.50	กลาง
	หม้าย	71	2.94	0.09	17.75	ปานกลาง
4.6 รับรู้จากพนักงาน ธนาคารหรือตัวแทนประกัน ชีวิต	โสด	64	4.16	0.14	16.00	มาก
	สมรส	227	3.86	0.08	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	4.16	0.18	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.70	0.12	17.75	มาก
รวม	โสด	64	3.73	0.12	16.00	มาก
	สมรส	227	3.59	0.05	56.75	มาก
	หย่าร้าง	38	3.81	0.14	9.50	มาก
	หม้าย	71	3.58	0.05	17.75	มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในสถานภาพต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพโสด ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพสมรส ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหย่าร้าง ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และรับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพหม้าย ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา รับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	ประถมศึกษา	104	4.14	0.11	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	4.49	0.09	22.75	มากที่สุด
	ปวช./ปวส.	78	3.81	0.14	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	4.00	0.11	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00	0.26	4.00	มาก
4.2 รับรู้จากวิทยุ	ประถมศึกษา	104	3.55	0.12	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.23	0.10	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.63	0.11	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.27	0.09	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.00	0.22	4.00	ปานกลาง
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	ประถมศึกษา	104	3.20	0.09	26.00	ปานกลาง
	มัธยมศึกษา	91	3.44	0.11	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.95	0.13	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.84	0.11	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.75	0.29	4.00	มาก

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับการศึกษาต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
4.4 รู้จากหนังสือพิมพ์	ประถมศึกษา	104	3.72	0.09	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.29	0.10	22.75	ปานกลาง
	ปวช./ปวส.	78	3.42	0.12	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.34	0.11	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	2.94	0.35	4.00	ปานกลาง
4.5 รู้จากอินเทอร์เน็ต	ประถมศึกษา	104	2.88	0.09	26.00	ปานกลางปาน
	มัธยมศึกษา	91	2.71	0.09	22.75	กลางปาน
	ปวช./ปวส.	78	3.21	0.13	19.50	กลาง
	ปริญญาตรี	111	3.31	0.12	27.75	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.00	0.34	4.00	ปานกลาง
4.6 รู้จากพนักงาน ธนาคารหรือตัวแทน ประกันชีวิต	ประถมศึกษา	104	3.42	0.11	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	4.08	0.12	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.73	0.12	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	4.32	0.09	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.13	0.31	4.00	มาก
รวม	ประถมศึกษา	104	3.61	0.10	26.00	มาก
	มัธยมศึกษา	91	3.54	0.04	22.75	มาก
	ปวช./ปวส.	78	3.62	0.06	19.50	มาก
	ปริญญาตรี	111	3.72	0.06	27.75	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	3.78	0.34	4.00	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในระดับการศึกษาต่างๆ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับประถม ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา รู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และรู้จากวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในอาชีพต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	อาชีพ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	เกษตรกร	82	4.30	0.10	20.50	มากที่สุด
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.16	0.11	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	4.08	0.18	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.79	0.13	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	4.32	0.13	14.75	มากที่สุด
	อื่นๆ	8	4.00	0.38	2.00	มาก
4.2 รับรู้จากวิทยุ	เกษตรกร	82	3.45	0.13	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.35	0.10	26.75	ปานกลาง
	พนักงานเอกชน	50	3.60	0.15	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.21	0.11	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.37	0.14	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	4.38	0.32	2.00	มากที่สุด

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ สูงอายุในอำเภอบาง
เลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในอาชีพต่างๆ (ต่อ)

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	อาชีพ	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	เกษตรกร	82	3.48	0.13	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.61	0.10	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	3.72	0.15	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.67	0.11	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.51	0.15	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.88	0.44	2.00	มาก
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	เกษตรกร	82	3.59	0.13	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.33	0.11	26.75	ปานกลาง
	พนักงานเอกชน	50	3.58	0.14	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.38	0.12	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.31	0.14	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.75	0.31	2.00	มาก
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	เกษตรกร	82	2.74	0.10	20.50	ปานกลาง
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.07	0.12	26.75	ปานกลาง
	พนักงานเอกชน	50	3.10	0.18	12.50	ปานกลาง
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.18	0.11	23.50	ปานกลาง
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	2.97	0.09	14.75	ปานกลาง
	อื่นๆ	8	3.75	0.41	2.00	มาก
4.6 รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต	เกษตรกร	82	3.56	0.13	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	4.36	0.09	26.75	มากที่สุด
	พนักงานเอกชน	50	3.90	0.16	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.90	0.11	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.71	0.16	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	2.88	0.23	2.00	ปานกลาง
รวม	เกษตรกร	82	3.52	0.05	20.50	มาก
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	3.78	0.09	26.75	มาก
	พนักงานเอกชน	50	3.66	0.08	12.50	มาก
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	94	3.61	0.10	23.50	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	59	3.53	0.06	14.75	มาก
	อื่นๆ	8	3.77	0.10	2.00	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา รับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	4.20	0.14	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	4.31	0.09	33.75	มากที่สุด
	20,001-30,000 บาท	130	4.02	0.10	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.60	0.19	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	4.24	0.17	5.25	มากที่สุด
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	4.09	0.37	2.75	มาก

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
4.2 รับรู้จากวิทยุ	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.82	0.15	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.31	0.09	33.75	ปานกลาง
	20,001-30,000 บาท	130	3.42	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.14	0.17	10.75	ปานกลาง
	40,001-50,000 บาท	21	3.14	0.19	5.25	ปานกลาง
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.27	0.19	2.75	ปานกลาง
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.05	0.13	15.00	ปานกลาง
	10,000-20,000 บาท	135	3.36	0.09	33.75	ปานกลาง
	20,001-30,000 บาท	130	3.76	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	4.02	0.17	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	4.48	0.22	5.25	มากที่สุด
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	4.27	0.33	2.75	มากที่สุด
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.60	0.12	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.42	0.09	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	3.40	0.10	32.50	ปานกลาง
	30,001-40,000 บาท	43	3.28	0.19	10.75	ปานกลาง
	40,001-50,000 บาท	21	3.43	0.24	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.55	0.28	2.75	มาก
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	2.98	0.10	15.00	ปานกลาง
	10,000-20,000 บาท	135	2.87	0.08	33.75	ปานกลาง
	20,001-30,000 บาท	130	3.05	0.09	32.50	ปานกลาง
	30,001-40,000 บาท	43	3.19	0.22	10.75	ปานกลาง
	40,001-50,000 บาท	21	3.24	0.31	5.25	ปานกลาง
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.91	0.39	2.75	มาก
4.6 รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.43	0.14	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.86	0.10	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	4.45	0.09	32.50	มากที่สุด
	30,001-40,000 บาท	43	4.28	0.14	10.75	มากที่สุด
	40,001-50,000 บาท	21	4.24	0.25	5.25	มากที่สุด
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.36	0.41	2.75	ปานกลาง

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในระดับรายได้ต่างๆ

(n = 400)

4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ระดับความสำคัญ
รวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	60	3.51	0.05	15.00	มาก
	10,000-20,000 บาท	135	3.52	0.04	33.75	มาก
	20,001-30,000 บาท	130	3.71	0.09	32.50	มาก
	30,001-40,000 บาท	43	3.70	0.14	10.75	มาก
	40,001-50,000 บาท	21	4.03	0.24	5.25	มาก
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	11	3.74	0.13	2.75	มาก

จากตารางที่ 43 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา รับรู้จากวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และรับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และรับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และรับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา รับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และรับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา รับรู้

จากโทรทัศน์กับรับรู้จากหนังสือพิมพ์กับรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และรับรู้จากหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และรับรู้จากอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

จากผลการสำรวจข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในแต่ละทั้ง 6 ส่วน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มีความสำคัญระดับมาก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้สรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.25 มีอายุระหว่าง 60-69 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.75 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.75

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมส่งผลการซื้อในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่งผลการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้าน

กระบวนการ ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ น้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก เมื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในระดับมาก โดยประเด็นที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากประกันชีวิต ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ ชื่อเสียงของบริษัทประกัน แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในระดับมาก โดยประเด็น ที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของอัตราเบี้ยประกัน ส่งผลต่อ การซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ เงื่อนไข ในการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี) แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อ ประกันชีวิตในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุใน ระดับมาก โดยประเด็นที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัย ที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ มีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทกับลูกค้า แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในระดับมาก โดยประเด็น ที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผล ต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ ตัวแทนมีความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แต่ยังคงส่งผล ต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในระดับมาก โดย ประเด็นที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ มีการบริการที่รวดเร็ว ส่งผลต่อการซื้อ ประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ ลูกค้าสามารถ แสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนได้ทันที แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในระดับ มาก โดยประเด็นที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ความมั่นคงของสถานภาพ ทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการ ซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุน้อยที่สุด คือ ความทันสมัยของระบบการจัดการของบริษัทประกันชีวิต แต่ยังคงส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในกลุ่มตัวอย่าง โดยรวม ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า หัวข้อที่ผู้สูงอายุคำนึงถึงต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตมากที่สุด คือ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมา คือ แหล่งข้อมูลที่ได้รับ มีความสำคัญในระดับมาก ลำดับต่อมา การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนหัวข้อที่ผู้สูงอายุคำนึงถึงต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบของการประกันชีวิต โดยมีความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อศึกษาหัวข้อที่ผู้สูงอายุคำนึงถึงต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในแต่ละหัวข้อ ผลการศึกษาดังนี้

รูปแบบของการประกันชีวิต พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบที่ผู้สูงอายุต้องการมากที่สุด คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ มีความต้องการในระดับมากที่สุด ส่วนรูปแบบที่ผู้สูงอายุต้องการในลำดับท้าย คือ การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา โดยมีความต้องการในระดับน้อย

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในระดับมาก โดยเหตุผลที่ผู้สูงอายุคำนึงถึงในการซื้อประกันชีวิตมากที่สุด คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีความต้องการในระดับมากที่สุด ส่วนเหตุผลที่ผู้สูงอายุคำนึงถึงในการซื้อประกันชีวิตเป็นลำดับสุดท้าย คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร แต่ยังมีมีความต้องการในระดับมาก

การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในระดับมาก โดยสิ่งที่คำนึงถึงในการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ที่มีความต้องการมากที่สุด คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย มีความต้องการในระดับมาก ส่วนสิ่งที่คำนึงถึงในการตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่ที่มีความต้องการเป็นลำดับสุดท้าย คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ โดยมีความต้องการในระดับปานกลาง

แหล่งข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ในระดับมาก โดยแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่มีความต้องการมากที่สุด คือ รับรู้จากโทรทัศน์ มีความต้องการในระดับมาก ส่วนแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่มีความต้องการเป็นลำดับสุดท้าย คือ รับรู้จากอินเทอร์เน็ต มีความต้องการในระดับมาก

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. รูปแบบของการประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

2. รูปแบบของการประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของระดับอายุต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ รองลงมา การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

3. รูปแบบของการประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของสถานภาพต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้สูงอายุ ที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ รองลงมา การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/ แม่บ้าน ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

6. รูปแบบของการประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของรายได้โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ รองลงมา การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา

7. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของเพศชายและเพศหญิง โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

8. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของระดับอายุต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ

9. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของสถานภาพต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิตกับเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน รองลงมา เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ และเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว

13. การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

14. การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเมื่อไหร่ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของระดับอายุต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 60-69 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 80-89 ปี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ

ผู้สูงอายุช่วงอายุ 90 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ และซื้อประกันชีวิต

ตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อกับซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย รองลงมา ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน และซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ

19. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของเพศชายและเพศหญิง โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุเพศชาย ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุเพศหญิง ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากโทรศัพท์

20. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของระดับอายุต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

23. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของอาชีพต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากหนังสือพิมพ์ และรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีอาชีพอื่นๆ (เกษียณ) ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากวิทยุ รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

24. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของระดับรายได้ต่างๆ โดยรวมในระดับมาก

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากวิทยุ และรับรู้จากหนังสือพิมพ์

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรทัศน์ รองลงมา รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากหนังสือพิมพ์

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากโทรศัพท์

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต รองลงมา รับรู้จากโทรศัพท์ และรับรู้จากโทรทัศน์

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรศัพท์ รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์กับรับรู้จากหนังสือพิมพ์ กับรับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต และรับรู้จากหนังสือพิมพ์

ผู้สูงอายุ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รับรู้จากโทรศัพท์ รองลงมา รับรู้จากโทรทัศน์ และรับรู้จากอินเทอร์เน็ต

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยการที่ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี ที่เป็นเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler เกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P's และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของสุพัตรา ณหองคาย ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้วัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันชีวิต ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดีมีค่าเฉลี่ยในระดับสูง และมีความสำคัญ 10 อันดับแรก และยังสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของวิกานดา เสรีสมนึก ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอสมุทรสาคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีผลอยู่ในระดับมาก โดยที่ตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ

ส่วนการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า ด้านที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับเหตุการณ์

ฉุกเฉิน ที่เป็นเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler เกี่ยวกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของณัฐธา ประกอบทรัพย์ ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เหตุผลการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ต้องการความคุ้มครอง และสะสมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.75 และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เหตุจูงใจในการซื้อประกันชีวิตให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ต้องการความมั่นคงให้ตนเองและครอบครัวในอนาคต

และส่วนการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต มีความสำคัญระดับมาก และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของณัฐธา ประกอบทรัพย์ ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ ในส่วนของรูปแบบของกรรมธรรม์ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจ แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารทั้งในส่วนรูปแบบของกรรมธรรม์และบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และอายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในส่วนรูปแบบของกรรมธรรม์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามในการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า

1. พฤติกรรมตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะต้องการ ซื้อเพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน จะซื้อเมื่อเจ็บป่วย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตมากที่สุด โดยที่ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยขอให้ข้อเสนอแนะ ว่าบริษัทประกันชีวิตและบริษัทที่เกี่ยวข้อง ควรพัฒนาศักยภาพของตัวแทนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการนำเสนอแบบประกันให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ออกแบบประเภทประกันชีวิตที่ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุ ที่อัตราเบี้ยประกันที่เหมาะสม มุ่งเน้นความคุ้มครองในเรื่องค่ารักษาพยาบาลในกรณีเจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งมีความจำเป็นและต้องการหลักประกันสุขภาพ โดยควรทำทุกเรื่องให้เป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำงานวิจัยกับกลุ่มผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียว จึงขอเสนอให้ท่านจัดทำงานวิจัยสำหรับกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นต้น เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อมูล ความต้องการ และความคิดเห็นที่มีความหลากหลายในแต่ละกลุ่ม ทำให้สามารถวางแผนการตลาดให้ตรงกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้
2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อประกันชีวิต เพื่อให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคในการนำเสนอข้อมูลการขายผลิตภัณฑ์และบริการประกันชีวิต เพื่อสามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมากขึ้น



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรกนก มีประเสริฐวาจา. (2550). “ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง. (2558). **ข้อมูลประชากรทะเบียนราษฎร** เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ เข้าถึงได้จาก http://www.dopa.go.th/xstat/p4910_01.html.
- การเงินธนาคาร. (2557). **อายุยืน-ดอกเบี้ยต่ำ-ค่าครองชีพ**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม เข้าถึงได้จาก <http://moneyandbanking.co.th/hotcolumn.php?defTab0=1&isb=isb001%7C2&newsID=344&page=1&newID=3975>.
- กิตติศักดิ์ พันแสน. (2551). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ (Bancassurance) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี.เอ็น. (1991).
- ณัฐฐา ประกอบทรัพย์. (2553). “พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). **สถิติธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- ยุพาวรรณ วรณวาณิชย์. (2548). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตร.
- วรัญญา อัครเอกมาลิน. (2553). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วสันต์ นัยเนตร. (2554). “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิกานดา เสรีสมนึก. (2550). “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **กลยุทธ์การตลาด การบริการตลาดและกรณีศึกษา.**

กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2546). **การบริหารตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสารจำกัด.

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2557). **การประกันชีวิต** เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม เข้าถึงได้จาก

<http://www.tlaa.org/ARTICLEs/LifeInsurance.htm>.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. (2557). **ประโยชน์ของการประกันชีวิต.** เข้าถึงเมื่อ

25 กุมภาพันธ์ เข้าถึงได้จาก http://www.mof.go.th/clean/index.php?option=com_content=40.

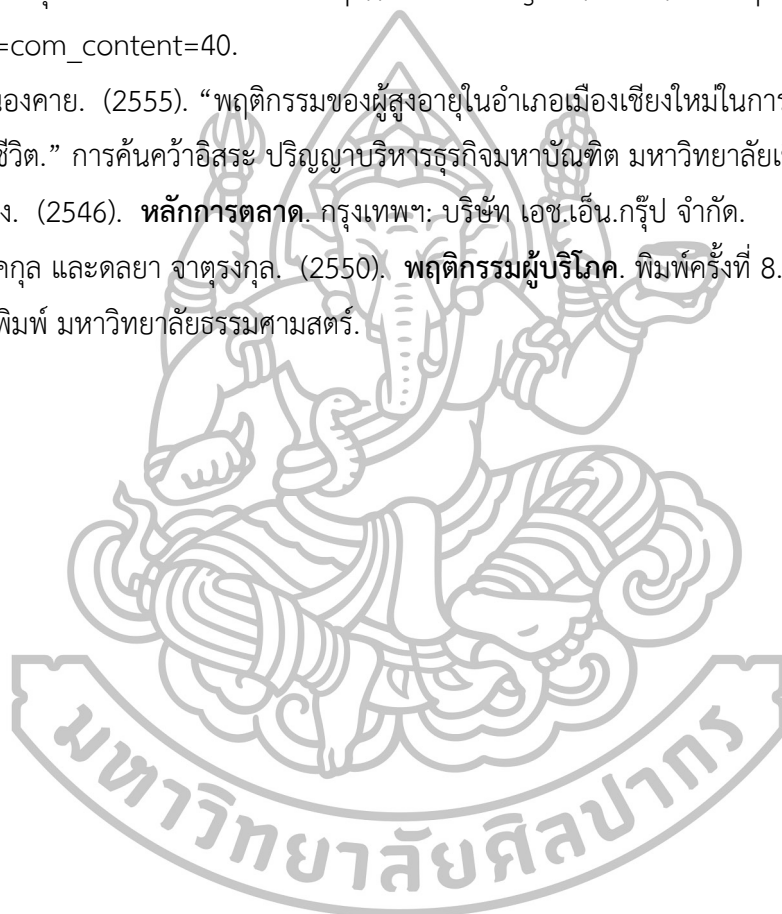
สุพัตรา ณ หนองคาย. (2555). “พฤติกรรมของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกัน

ชีวิต.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุวิมล แม้นจริง. (2546). **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: บริษัท เอช.เอ็น.กรุ๊ป จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรง

พิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ
ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงด้วยตัวของท่านเอง การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลนี้ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ



ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความเป็นคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) 60-69 ปี 2) 70-79 ปี
 3) 80-89 ปี 4) 90 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส
 3) หย่าร้าง 4) หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
 3) ปวช. / ปวส. 4) ปริญญาตรี
 5) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) เกษตรกร 2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานเอกชน 4) ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 5) พ่อบ้าน / แม่บ้าน 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 10,000 บาท 2) 10,000-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
 5) 40,001-50,000 บาท 6) มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

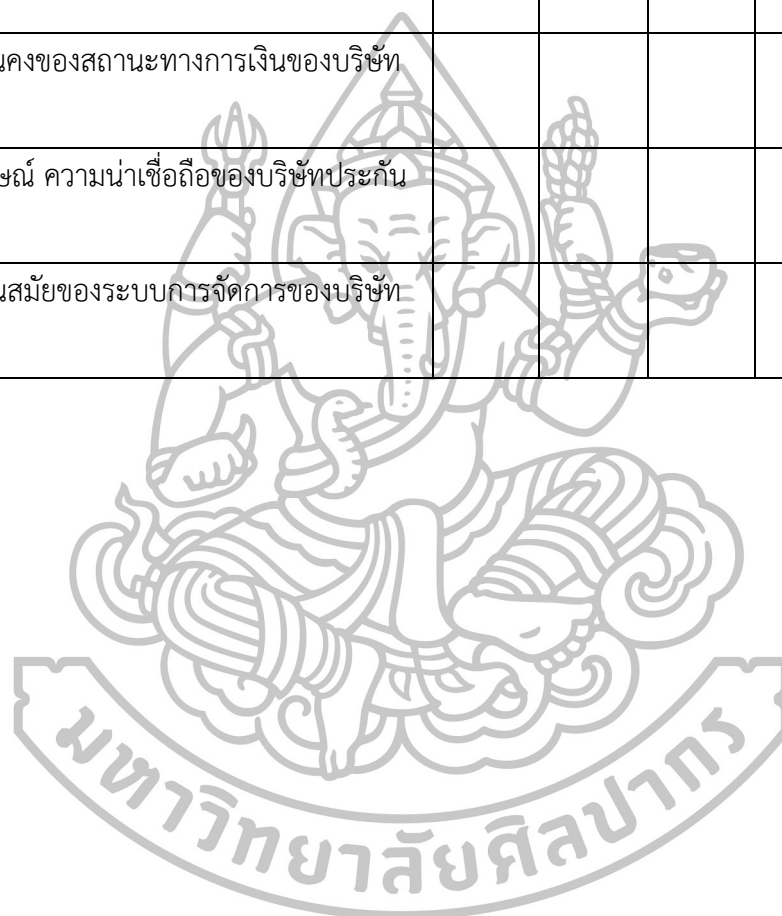
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง เพื่อแสดงระดับความสำคัญที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1.1 ชื่อเสียงของบริษัทประกัน					
1.2 ความหลากหลายของรูปแบบประกันชีวิต					
1.3 ผลประโยชน์ที่ได้รับจากประกันชีวิต					
1.4 รายละเอียดของกรมธรรม์เข้าใจได้ง่าย					
2. ด้านราคา					
2.1 ความเหมาะสมของอัตราเบี้ยประกันชีวิต					
2.2 ระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันชีวิต					
2.3 เงื่อนไขในการชำระเบี้ยประกันชีวิต (รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน หรือรายปี)					
2.4 การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันชีวิต					
2.5 วิธีการชำระเบี้ย					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 ความหลากหลายของช่องทางในการซื้อ					
3.2 ความสะดวกในการใช้บริการ					
3.3 ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม					
3.4 มีเว็บไซต์ หรือ ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า					
3.5 ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง					

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต					
4.2 มีการสื่อสาร โดยการใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อ เช่น จดหมาย, อีเมล					
4.3 มีศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ สำหรับให้ลูกค้าสอบถามได้ตลอดเวลา					
4.4 มีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทประกันกับลูกค้า					
5. ด้านบุคลากร					
5.1 ตัวแทนมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้					
5.2 ตัวแทนมีความรู้เกี่ยวกับงาน สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน					
5.3 ตัวแทนมีความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม					
5.4 ตัวแทนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.5 ตัวแทนดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
5.6 ตัวแทนมีการบริการหลังการขายที่ดี					
6. ด้านกระบวนการ					
6.1 มีการให้บริการที่รวดเร็ว					
6.2 มีการติดตามงานและแจ้งความคืบหน้าในกรณีเรียกร้องค่าสินไหม หรือการจ่ายเงินคืนตามกรมธรรม์					
6.3 ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนได้ทันที					
6.4 มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ถูกต้อง และตรงประเด็น					

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
7.1 ผลการดำเนินงานของบริษัทประกันชีวิตอยู่ในเกณฑ์ดี					
7.2 ความมั่นคงของสถานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต					
7.3 ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันชีวิต					
7.4 ความทันสมัยของระบบการจัดการของบริษัทประกันชีวิต					



ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง เพื่อแสดงระดับความสำคัญที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบของประกันชีวิต					
1.1 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา					
1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ					
1.3 การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์					
1.4 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ					
2. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกัน					
2.1 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการจัดการหลังเสียชีวิต					
2.2 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน					
2.3 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการศึกษาบุตร					
2.4 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการรักษาพยาบาลระยะยาว					
2.5 เพื่อเป็นเงินทุน สำหรับการดำรงชีพยามเกษียณอายุ					
3. การตัดสินใจซื้อเมื่อไหร่					
3.1 ซื้อประกันชีวิต เมื่อเจ็บป่วย					
3.2 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีคนชักชวนให้ซื้อ					
3.3 ซื้อประกันชีวิต เมื่อมีรูปแบบประกันที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ					
3.4 ซื้อประกันชีวิต เมื่อรู้สึกว่าจะตัวเองไม่ปลอดภัยจากการใช้ชีวิตประจำวัน					

พฤติกรรมกรเลือกซื้อประกันชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. แหล่งข้อมูลที่ได้รับ					
4.1 รับรู้จากโทรทัศน์					
4.2 รับรู้จากวิทยุ					
4.3 รับรู้จากโทรศัพท์					
4.4 รับรู้จากหนังสือพิมพ์					
4.5 รับรู้จากอินเทอร์เน็ต					
4.6 รับรู้จากพนักงานธนาคารหรือตัวแทนประกันชีวิต					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

.....

.....

.....



ขอบคุณค่ะ

