

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล
ของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต**

**FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO PURCHASE VOLUNTARY
INSURANCE FOR PERSONAL CARS OF EARLY WORKING AGE PEOPLE IN
PHUKET PROVINCE.**

ชญานุช ปานแก้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อายุการใช้งานรถยนต์ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต โดยกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 19-29 ปี ที่มีประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือ t-test F-test และ Multiple Regression

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 มีอายุ 23 - 26 ปี จำนวน 196คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 340คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาทจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุการใช้งานของรถยนต์ที่ 1 - 3 ปี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 และทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 จำนวน 147คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุการใช้งานของรถยนต์ และประเภทประกันรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ, ประกันภาคสมัครใจ, รถยนต์ส่วนบุคคล

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันรถยนต์ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาในทุกๆด้าน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า รถยนต์ มีส่วนสำคัญในชีวิตประจำวัน เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทาง การขนส่ง ความเป็นส่วนตัว ประหยัดเวลาบริษัทผลิตรถยนต์จึงต่างเร่งพัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ฟังก์ชัน ดีไซน์ที่ทันสมัย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจให้กับคนรุ่นใหม่ ทำให้รถยนต์ในประเทศไทยปัจจุบันยอดเพิ่มขึ้นทุกปี สถิติข้อมูลจากกรมขนส่งทางบก พบว่าการจดทะเบียนรถทั่วประเทศ ณ วันที่ 22 ก.พ. 2565 รถยนต์ในประเทศไทยมีมากถึง 42,518,215 คัน และ Motor Expo 2022 เมื่อ 12 ธ.ค. 2565 ที่ผ่านมามียอดจองรถยนต์ภายในงานรวมทั้งสิ้น 36,679 คัน เพิ่มขึ้น 16.1% จากปีที่ผ่านมา คิดเป็นมูลค่ากว่า 50,000 ล้านบาท โดยเป็นยอดจองรถยนต์ไฟฟ้ามากถึง 5,800 คัน แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งภาคการบริโภค การบริการ และการผลิต รวมถึงการผลิตทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการมีกำลังซื้อมากขึ้น จากสถิติการจดทะเบียนรถใหม่ทั่วประเทศ เดือนมกราคม-กรกฎาคม พ.ศ.2566 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน 414,672 คัน รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน 11,572 คัน ซึ่งจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอาจก่อให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดและเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี

จากข้อมูลสถิติอุบัติเหตุรถยนต์ที่บันทึกโดยกรมทางหลวง กรมทางหลวงชนบท และการทางพิเศษแห่งประเทศไทยนั้นได้ระบุว่า เมื่อปี พ.ศ 2564 ที่ผ่านมานั้นมีการเกิดอุบัติเหตุรถชนน้อยใหญ่รวมทั้งหมดถึง 20,457 ครั้ง ซึ่งน้อยกว่าปี พ.ศ. 2563 ที่เกิดอุบัติเหตุรวม 21,052 ครั้ง, ส่วนปี พ.ศ. 2562 จะเกิดอุบัติเหตุรวมทั้งสิ้น 19,189 ครั้ง, ซึ่งบ่งบอกได้ว่าในแต่ละปีนั้นมีอุบัติเหตุรถชนกันจำนวนมากเฉลี่ยแล้วประมาณวันละ 50 – 60 ครั้ง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มี อุบัติเหตุบนท้องถนน มากที่สุดในโลก

ดังนั้นประกันวินาศภัยได้เข้ามามีบทบาทและความสำคัญในสังคมทั่วไปก็เพราะ การที่สามารถทำหน้าที่เป็นหลักประกันให้แก่ผู้ประสบภัยทั้งหลายให้มีโอกาสได้รับการชดเชยค่าสินไหมทดแทน ความเสียหายที่เกิดขึ้นจะถือว่าเป็นวินาศภัยก็ต่อเมื่อเป็นความเสียหายที่สามารถประเมินเป็นมูลค่าได้ เช่น ความเสียหายที่เกิดจากการถูกรถชนได้รับบาดเจ็บ ไม่ว่าจะเป็น ค่านำผู้บาดเจ็บส่งโรงพยาบาล ค่ายา ค่ารักษาพยาบาล รวมทั้งค่าเสียเวลาเนื่องจากการได้รับบาดเจ็บไม่สามารถทำงานได้ ฯลฯ ความเสียหายเหล่านี้ล้วนแต่เป็นความเสียหายที่คำนวณเป็นเงินได้ทั้งสิ้น จึงถือว่าเป็นวินาศภัย ส่วนความเสียหายที่ไม่สามารถประเมินเป็นจำนวนเงินเพื่อชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามความเสียหายที่แท้จริงได้ เป็นการบรรเทาความเดือดร้อน จากประสบภัยโดยมีหลักการซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก และมีกฎหมายรองรับ ตลอดจนมีการควบคุมและประกอบกิจการอย่างรัดกุม เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างถูกต้องและยุติธรรม การประกันวินาศภัยมีขอบเขตกว้าง เนื่องจากภัยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียและความเสียหายทางการเงิน นอกเหนือจากการเสียชีวิตนั้น มีมากมาย และคำว่า

วินาศภัย คำจำกัดความไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 869 คำว่า “วินาศภัย” ในหมวดนี้ ท่านหมายรวมเอาความเสียหายอย่างใด ๆ บรรดาซึ่งจะพึงประมาณเป็นเงินได้

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทประกันภัยหรือตัวแทนบริษัทประกันภัย ให้สามารถสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อายุการใช้งานรถยนต์
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตด้านประชากร: กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 19-29 ปี ที่มีประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล
3. ขอบเขตด้านพื้นที่: ในจังหวัดภูเก็ต
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินวิจัยระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือน สิงหาคม 2566 ถึง เดือนตุลาคม 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของบุคคลแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและความหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด การตัดสินใจที่แตกต่างกันนั้นมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อน, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

“Marketing Mix” หรือ “องค์ประกอบของการตลาด” ตัวแปรที่ทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นต่อนักธุรกิจและนักการตลาด เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีและปัจจัยหลายอย่างรอบตัวผู้บริโภค ส่งผลให้พฤติกรรมของคอนรุ่มใหม่ย่อมแปรผันตามความต้องการในตัวสินค้ายังคงมีอยู่ แต่ความต้องการในเรื่องการบริการที่ดีและประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจที่คาดหวังจากแบรนด์เริ่มมีสูงมากยิ่งขึ้น สำหรับ 4Ps คือ กลยุทธ์การตลาดที่จะเน้นให้ความสำคัญกับตัวสินค้า (Products) เป็นหลักประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) นักการตลาดจึงเพิ่มอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) จึงเรียกได้ว่า เป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการที่จะเจาะกลยุทธ์ทั้งสินค้าและบริการที่ดีแก่ผู้บริโภค ซึ่งแน่นอนว่าจำเป็นกับ Digital Marketing ดังนั้น จึงรวมเรียกได้ว่า เป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's (Kotler, (1997), อังโน เปรมกมล หงส์ยนต์, 2562

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

แนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stages of the Buying Decision Process) ได้แบ่งขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็น 5 ขั้นตอนคือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Kotler and Dupree 2003)

ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หมายถึง การประกันภัยสามารถซื้อด้วยความสมัครใจของเจ้าของรถยนต์ ผู้ครอบครองรถยนต์ หรือผู้ขับขี่รถยนต์ โดยไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับโดยกฎหมาย เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวรถ หรือความรับผิดชอบของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบุคคลภายนอก เป็นกระจายความเสี่ยงภัยออกไปยังบุคคลอื่นคือการประกันภัยไว้กับบริษัทผู้รับประกันภัยซึ่งผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองตามประเภทที่ผู้เอาประกันภัยประสงค์โดยบริษัทประกันภัยจะออกกรมธรรม์ประกันภัยให้ไว้เป็นหลักฐานโดยมีความคุ้มครอง เงื่อนไข และข้อยกเว้นตามแบบที่นายทะเบียนให้ความเห็นชอบ ปัจจุบันการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่เป็นมาตรฐาน แบ่งความคุ้มครองได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1
2. การประกันภัยรถยนต์ ประเภท 2
3. การประกันภัยรถยนต์ ประเภท 3
4. การประกันภัยรถยนต์ ประเภท 4 หรือ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์คุ้มครอง

ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินบุคคลภายนอก

5. การประกันภัยรถยนต์ ประเภท 5 หรือ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์คุ้มครองภัยเฉพาะแบบประกัน 2 พลัส (2+) แบบประกัน 3 พลัส (3+)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ทั้งเพศหญิง และ เพศชาย อายุ 19-29 ปี ทุกอาชีพ ที่มีประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลจากการสืบค้นข้อมูลจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข 2566 ทำให้ทราบถึงจำนวนประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ช่วงอายุ 19-29 ปี พบว่ามีมีประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งสิ้นจำนวน 59,852 คน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane พบว่าจะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งแจกสอบถามให้กับประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ตที่มีประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล โดยการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ที่มีประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ช่วงอายุ 19-29 ปี ปี โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Check List เลือกตอบได้ 1 ข้อ มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการใช้งานรถยนต์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ช่วงอายุ 19-29 ปี มีระดับการวัดตัวแปร แบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ช่วงอายุ 19-29 ปี มีระดับการวัดตัวแปร แบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 ถึงค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผลตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.989

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ 2) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) และการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ตโดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การทดสอบ t-test F-test และ Multiple Regression

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 มีอายุ 23 - 26 ปี จำนวน 196คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 340คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาทจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุการใช้งานของรถยนต์ที่ 1 - 3 ปี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 และทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 จำนวน 147คน คิดเป็นร้อยละ 36.70

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.35$) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=4.34$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x}=4.33$) ด้านราคา ($\bar{x}=4.32$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}=4.31$) ด้านพนักงาน ($\bar{x}=4.29$) และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.16$) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล

การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{x}=4.38$)เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านได้แก่ ด้านการเกิดความสนใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.46$) รองลงมาด้านการตัดสินใจซื้อ($\bar{x}=4.42$)ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ($\bar{x}=4.39$)ด้านการประเมินทางเลือก($\bar{x}=4.36$)และด้านการค้นหาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.29$)ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุการใช้งานของรถยนต์ และประเภทประกันรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า R Square(R²)เท่ากับ 0.410หรือร้อยละ 41.00 สมการ Multiple Linear Regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized Y} = 1.699 + 0.102 (X_4) + 0.114(X_5) + 0.138(X_6) + 0.107(X_7)$$

เมื่อ $Y =$ การตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต

$X_1 =$ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

$X_3 =$ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_5 =$ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน

$X_6 =$ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต สามารถนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการใช้งานรถยนต์ และประเภทประกันรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุการใช้งานของรถยนต์ และประเภทประกันรถยนต์ภาคสมัครใจที่

แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิชชานันท์ บุญคง (2562) และผลการศึกษาของ วัชรระ ศิริวัฒน์ (2559) พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้ขายควรพิจารณาปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และประเภทประกันรถยนต์ภาคสมัครใจ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากที่สุด

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ่อนนุช จุฬาคินันท์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี รายได้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาทซึ่งประเภทกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกถือครอง คือ กรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 1 และรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยมีอายุการใช้งานมากกว่า 6 ปี ซึ่งปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องผลประโยชน์ของกรรมธรรม์เหมาะสม 2) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องตัวแทนจำหน่ายในเครือได้มาตรฐาน 3) ปัจจัยด้านพนักงาน พนักงานสุภาพและมีไมตรีจิตที่ดี และ 4) ปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องระยะเวลาการจ่ายค่าสินไหมทดแทนรวดเร็วมาก

3. การตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต มีการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุภา สุวรรณอาน (2557) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาทซึ่งประเภทกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกถือครอง คือ กรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 1 ส่วนใหญ่ใช้ประกันภัยบริษัทวิริยะประกันภัยระดับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษา ด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 23 - 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001 - 30,000

บาท มีอายุการใช้งานของรถยนต์ที่ 1 - 3 ปี และทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนในการกำหนด กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและเจาะลึกลงไป โดยพิจารณาจากข้อมูลข้างต้น โดยการนำข้อมูล และลักษณะ ของกลุ่มเป้าหมายไปทำการตลาดที่เหมาะสม หรือ อาจจะนำไปใช้เพื่อวางแผนความต้องการทางการ ตลาดในอนาคต ซึ่งผลจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับ ประกันภัยรถยนต์ สามารถที่จะวางแผนกลยุทธ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและช่วยให้กลยุทธ์และ เป้าหมายที่ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพทางการค้า มากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาค สมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วน ประสมทางการตลาด (7P's) จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน พนักงาน และด้านกระบวนการ มีผลต่อการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ ส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัดภูเก็ต ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ควรให้ความสำคัญต่อการรักษามาตรฐานการ บริการ ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของกรรมกรเหมาะสม และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ บริษัท การสร้างภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ เพราะปัจจุบันมีคู่แข่งในธุรกิจประกันภัยจำนวนมาก โดยต้อง พัฒนาควบคู่ไปกับรูปแบบการให้บริการ มีความทันสมัย เพื่อให้เหนือกว่าหรือเทียบเท่าคู่แข่งอื่น เพื่อ เป็นทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับผู้บริโภค

2.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ควรเพิ่มช่องทางจำหน่ายที่ หลากหลายมากขึ้นและทันกับการเปลี่ยนไปของลูกค้า เช่น การซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชัน เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

2.3 ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ควรฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้มีความ ชำนาญในด้านการให้คำแนะนำในรายละเอียดของกรรมกรประกันภัยแก่ลูกค้า และเพิ่มพนักงานหรือ จัดรูปแบบการบริการให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

2.4 ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ควรจะพัฒนาต่อในขั้นตอนการแจ้ง อุบัติเหตุของผู้บริโภคผ่านทางแอปพลิเคชันให้มีความสะดวกมากขึ้นรวมทั้งการปรับลดขั้นตอนการ พิจารณาการจ่ายค่าสินไหมให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของประชากรวัยทำงานตอนต้นในจังหวัด ภูเก็ต เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากต้องการให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นควรสอบถาม ประชาชนในเขตจังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผน การตลาดต่อไป

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ในการวิจัยครั้งนี้ต่อไปควรมีการเพิ่มแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์หรือการประชุมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาเหตุผลที่แท้จริงในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะทำให้บริษัทสามารถหากลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ให้ได้ประสิทธิภาพกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Spring-life. (2565). คนไทยใช้รถส่วนบุคคลมากถึง 42 ล้านคัน ทำไมคนยังใช้ รถสาธารณะน้อย, สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2566.
จาก <https://www.springnews.co.th/spring-life/822172>
- ไทยโพสต์. (2565). รัฐบาลชวยอดจดทะเบียนรถยนต์เพิ่มในรอบปีกว่าล้านคัน, สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2566.
จาก <https://www.thaipost.net/economy-news/285745/>
- Rabbitcare. (2566). วิเคราะห์สถิติ! อุบัติเหตุบนท้องถนนเกิดจากสาเหตุอะไรมากที่สุด, สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2566. จาก <https://rabbitcare.com/blog/driver-tips>
- KIATNKIN PHATRA. (2566). การประกันภัยคืออะไร แบบไหนที่ตอบโจทย์, สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2566. จาก <https://advicecenter.kkpfpg.com>
- ประกันภัย ไทยวิวัฒน์. (2566). 7 ศัพท์เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกันภัย, สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2566. จาก <https://beta.thaivivat.co.th/blog>
- สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2566). บริษัทสมาชิกร, สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2566.
จาก <https://www.tgia.org/member-TH>
- อ่อนนุช จุฬาศิรินทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศิลปากร
- DIGITAL TIPS. (2565). 7P (Marketing Mix) คืออะไร พร้อมวิเคราะห์ตัวอย่างสินค้า, สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2566 จาก <https://thedigitaltips.com/blog/marketing/7p/>
- สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2563). การประกันภัยรถยนต์คืออะไร, สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566.
จาก <https://www.tgia.org/insurance/motor>
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์, สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566. จาก <https://learningofpublic.blogspot.com>
- CHOKAREE. (2565). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์, สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2566.
จาก <https://kpoppreorder.com>
- นันทิชา โชติพิทยานนท์. (ม.ป.ป.). ความหมาย และความสำคัญของการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Digimusketeers. (2564). 7Ps Marketing Mix กลยุทธ์ใหม่พิชิตใจผู้บริโภคในยุคโควิด, สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2566. <https://digimusketeers.co.th/blogs/online-marketing>

PMC EXPERT. (2566). การตัดสินใจ (DECISION MAKING), สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2566.

จาก <https://pmcexpert.com>

ศศิมา สุขสว่าง. (ม.ป.ป.). 5 ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี (Decision Making),

สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2566. จาก <https://www.sasimasuk.com>

ภัทรารุณ ชวโคตร. (ม.ป.ป.). กระบวนการตัดสินใจ, สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2566.

จาก <https://www.gotoknow.org/posts/331478>

Popticles. (2563). กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค, สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2566.

จาก <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>