

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากร ในจังหวัดภูเก็ต

ปยุตธนา อมรลักษณ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต โดยกลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ T-test , ANOVA และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 135คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง จำนวน 226คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ, ประกันวินาศภัย Non Motor, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจประกันวินาศภัยอยู่ในสภาวะการแข่งขันสูงทั้งจากภายใน และต่างประเทศ ธุรกิจประกันวินาศภัยจำเป็นต้องผลักดันให้องค์กรของตนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจสังคม เทคโนโลยี อีกทั้งบริษัทประกันภัยจะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทประกันวินาศภัยต่างประเทศหรือการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในภาคธุรกิจประกันวินาศภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ธุรกิจต้องสรรหานักกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้จะต้องเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันวินาศภัย Non-Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำผลที่ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด, รูปแบบของการประกันวินาศภัย และการบริการ

ในยุคปัจจุบัน เป็นยุคโลกาภิวัตน์ ความเจริญทางด้านวัตถุมีมากขึ้นเป็นลำดับ มีการประดิษฐ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ สถาปัตยกรรมที่ทันสมัยการก่อสร้างที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ส่งผลให้เกิดภัยอันตรายและความเสียหายเพิ่มมากขึ้น การดำเนินชีวิตของเราในปัจจุบันรวมถึงในอนาคตล้วนต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน และการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เราไม่สามารถจะคาดคะเนได้ว่า จะเกิดอะไรขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์จากภัยธรรมชาติ อุบัติภัย โรคภัยไข้เจ็บ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบและมีความเสี่ยงภัยเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าชีวิตขึ้นอยู่กับความเสี่ยง หากไม่มีการป้องกันไว้ก่อน ก็อาจจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนั้น โดยอาจจะต้องเป็นผู้สูญเสียทางการเงินจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่มีการจัดตั้งบริษัทประกันภัยขึ้นมา เพื่อช่วยบรรเทาความเสียหายทางการเงินให้กับผู้ทำประกันวินาศภัย จัดเป็นประกันภัยประเภทหนึ่ง ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งธโนดม โลกพัฒนา (2549, น.155) ได้กล่าวถึงความหมายของวินาศภัยไว้ตามมาตรา 869 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่า ความเสียหายอย่างใด ๆ ซึ่งจะพึงประมาณเป็นเงินได้

ดังนั้นจึงสรุปว่า ความเสียหายที่สามารถเอาประกันวินาศภัยได้จึงต้องเป็นความเสียหายที่สามารถคำนวณเป็นมูลค่าได้เท่านั้น ส่วนความเสียหายที่ไม่สามารถประมาณเป็นจำนวนเงินเพื่อการชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามความเสียหายที่แท้จริงได้ ไม่อาจถือว่าเป็นวินาศภัย โดยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และรูปแบบของภัยพิบัติจะทวีความรุนแรงและสร้างความเสียหายทั้งต่อภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั่วไป จึงทำให้ธุรกิจประกันวินาศภัยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้แข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยก็เพิ่มสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว เนื่องจากมีบริษัทประกันวินาศภัยในประเทศไทยมีจำนวนมาก โดยทั้งมีผู้ถือหุ้นหลักเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งธุรกิจนี้นับว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก

ปี 2566 ธุรกิจประกันวินาศภัยมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น ตามปัจจัยบวกจากการรับประกันวินาศภัย ที่มีสัดส่วนเบี้ยสูงแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลักจากการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาลดลง ทั้งจากจำนวนบริษัทประกันวินาศภัยลดลง และต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนการเอาประกันภัยต่อที่สูงขึ้น คาดว่าเบี้ยรับรวมของธุรกิจประกันวินาศภัยในปี 2566 จะเติบโตได้ต่อเนื่องที่ +4.5% – 5.5%

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการให้เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันวินาศภัยซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ในการสร้างความเชื่อมั่น และเป็นหลักประกันความเสี่ยงในดำรงชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันเนื่องจากภัยพิบัติที่เพิ่มและทวีความรุนแรงมากขึ้น ประชาชนจึงมีความต้องการซื้อประกันวินาศภัยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งทำให้การแข่งขันในธุรกิจ จากความเป็นมาดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต” เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ปัจจัยของประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในจังหวัดภูเก็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตของประชากร คือ ประชากรที่ซื้อประกันวินาศภัย Non Motor
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ จังหวัดภูเก็ต
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของบุคคลแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและความหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่ต่างกันนั้นมีส่วนมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวีชร งามละม่อน, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P)

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้ สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550:46)

ข้อมูลการประกันวินาศภัย Non Motor

ประกันวินาศภัยคือประกันอื่นๆนอกเหนือจากประกันชีวิต ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทได้แก่

1. ประกันอัคคีภัยจะคุ้มครองความสูญเสีย และความเสียหายที่เกิดจากทรัพย์สินที่ระบุไว้เท่านั้นเช่น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ระเบิด ภัยจากอากาศยาน น้ำท่วม ลมพายุ แผ่นดินไหว ลูกเห็บ ไฟฟ้าลัดวงจร และอื่นๆอีกมากมาย ความเสียหายจากเหตุการณ์ที่กล่าวมานั้นไม่มีใครอยากให้เกิดขึ้น แต่ถ้ามันเกิดขึ้นจะสร้างความเสียหายเป็นจำนวนมาก ถ้าไม่มีประกันอัคคีภัยคุณจะต้องเป็นคนจ่ายค่าซ่อมแซม ค่าความเสียหายเองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2. ประกันภัยเบ็ดเตล็ดมีขอบเขตที่กว้างมากและมีรายละเอียดเยอะ โดยจะเป็นประกันที่คุ้มครองความสูญเสีย ความเสียหายจากอุบัติเหตุ อันเนื่องมาจากภัยต่างๆที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ทำประกัน หรือทรัพย์สินของผู้ทำประกัน ประกันเบ็ดเตล็ดแบ่งได้อีก 4 ประเภทด้วยกัน

-คุ้มครองเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล, ประกันอุบัติเหตุการเดินทาง, ประกันสุขภาพ

-ความคุ้มครองเกี่ยวกับทรัพย์สิน เช่น ประกันภัยโจรกรรม ประกันภัยสำหรับความเสี่ยงทรัพย์สิน ประกันภัยสำหรับเงิน

-คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก เช่น ประกันภัยรับผิดชอบต่อสาธารณะ ประกันภัยความรับผิดชอบจากผลิตภัณฑ์ ประกันภัยความรับผิดชอบทางวิชาชีพ

-ความคุ้มครองเกี่ยวกับภัยอื่นๆ เช่น ประกันภัยพืชผล ประกันภัยปศุสัตว์ ประกันภัยอิสรภาพ

3. การประกันภัยทางทะเลและการขนส่ง

-ประกันความเสียหายที่เกิดกับตัวเรือ สินค้า ที่เกิดระหว่างการขนส่งในประเทศและระหว่างประเทศแบ่งเป็น

1. ประกันการขนส่งสินค้าทางทะเล คุ้มครองความเสียหายและความสูญหายที่เกิดจากอุบัติเหตุรวมถึงเหตุการณ์ไม่คาดคิด

2. การประกันภัยตัวเรือ ให้ความคุ้มครองความสูญเสียและความเสียหายที่เกิดกับตัวเรือ รวมถึงคุ้มครองเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆที่อยู่บนเรือ

3. การประกันภัยสินค้าที่ขนส่งภายในประเทศ ให้ความคุ้มครองความสูญเสียและความเสียหายที่เกิดกับสินค้านำเข้าระหว่างขนส่งภายในประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตมี 3 อำเภอ อำเภอเมือง อำเภอกลาง และอำเภอกะทู้ จำนวนประชากรในจังหวัดภูเก็ต ปี 2561 402,017 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้เท่ากับ 400ราย ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจไว้กรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จำนวน 20 คนหรือ 5% ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 420 ราย

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

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ โดยให้ทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าคำตอบหรือเติมคำในช่องว่างตามความเป็นจริงประกอบด้วยเพศอายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 28 ข้อโดยใช้มาตรวัดประมาณ 37 ค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยสุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 13 ข้อโดยใช้มาตรวัดประมาณ 37 ค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยสุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผลตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.983

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม 1) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ 2) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) และการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การทดสอบ t-test F-test และ ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Multiple Linear Regression

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 135คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 203คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง จำนวน 226คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$)เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.14$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.12$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.04$)ด้านราคา ($\bar{x} = 3.99$)ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.95$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.93$)และด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 3.86$) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$)เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ด้านการพิจารณาประเมินทางเลือกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.17$) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{x} = 4.15$)ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา ($\bar{x} = 4.08$)ด้านการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย ($\bar{x} = 4.04$)และด้านการค้นคว้าหาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 4.03$) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 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 $Y =$ การตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

$X_4 =$ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

$X_5 =$ ปัจจัยด้านบุคลากร

$X_6 =$ ปัจจัยด้านกระบวนการ

$X_7 =$ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต สามารถนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วิภาณต์ ทนงศ์รบ (2563) ได้ศึกษา การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี หรือไม่ โดยแบ่งตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตอำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรีทำการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ใช้แบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจ มีระยะเวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ.2562 ถึง- มกราคม พ.ศ.2563 โดยใช้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลงานวิจัยครั้งนี้พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ในปัจจัยส่วนบุคคลอายุ การศึกษา รายได้ มีการตัดสินใจที่มีความแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ พิษขานันท์ บุญคง (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีศึกษา : นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกัน ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามประชากรทั้งหมด จำนวน 120 คน พบว่า อายุ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาณ ทับทิม (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสม

ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่างกัมีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจใน เขตกรุงเทพมหานครต่างกัน และยังสอดคล้องกับ พิซชานันท์ บุญคง (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีศึกษา : นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในระดับปานกลางถึงสูง ($r = .599$ ถึง $.713$)

3. การตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประชากรในจังหวัดภูเก็ต มีการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพงษ์ เกื้อนเล็ก (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัดมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 250 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งผู้จัดการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= 0.705) โดยมีระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D.= 0.814)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันวินาศภัย ควรให้ความสำคัญต่อการรักษามาตรฐานการบริการ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ การสร้างภาพลักษณ์ต่อสายตาลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน เพราะมีจำนวนคู่แข่งมากขึ้น โดยรางวัลหรือการได้รับการจัดอันดับใด ๆ จากสถาบันการประกันภัย หรือสถาบันการเงินต่าง ๆ มีส่วนสำคัญที่สามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ การสร้างภาพลักษณ์จึงจำเป็นต้องพัฒนาควบคู่กับการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ และบริการในการประกันภัย ซึ่งต้องพัฒนาให้ทันยุคทันสมัย ก้าวหน้าหรือเท่าเทียมกับคู่แข่งเพื่อเป็นทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับลูกค้า เช่นการมีเนื้อหา เงื่อนไขกรมธรรม์ที่ทันสมัย เป็นปัจจุบัน และมีความหลากหลายของกรมธรรม์ เพราะในปัจจุบันมีความหลากหลายของธุรกิจมีมากขึ้น ระดับความเสี่ยงภัยก็แตกต่างกัน จึงควรมีกรมธรรม์ให้ลูกค้าเลือกที่หลากหลายให้ตรงกับความต้องการ เพื่อความเหมาะสมกับธุรกิจมากขึ้น

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันวินาศภัย ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่นแผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น นอกจากจะเป็นการแจ้งข่าวสารแล้วยังกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ และทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักธุรกิจของเรามากขึ้น (Brand Awareness) ซึ่งอาจเป็นการสร้างความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ให้เกิดขึ้นได้

3. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันวินาศภัยจึงควรให้ความสำคัญโดยเจาะกลุ่มผู้บริโภคตามช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรในจังหวัดภูเก็ตที่ตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ได้อย่างตรงจุด

4. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยประกันวินาศภัย Non Motor ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันวินาศภัยจึงควรพัฒนากลยุทธ์การตลาด ดังนี้

4.1 ผู้ประกอบการควรมีส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัย หรือการมอบของที่ระลึก/ ของแถม/ เบี้ยประกันลดลงในกรณีต่ออายุ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อประกันวินาศภัย

4.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักในงานบริการ และไว้วางใจได้ จากนั้นต้องมีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับ

ประกันภัยอย่างละเอียด และถูกต้อง เพื่อให้สามารถแนะนำ และแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว มีทักษะในการสื่อสารเพื่ออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย รวมถึงปรับทัศนคติของพนักงาน ให้เข้ากับพันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อพนักงานหรือ บุคคลากรอย่างมาก เพราะเป็นผู้สร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า จึงควรจัดให้มีการฝึกอบรม หรือ สัมมนาเพื่อปรับทัศนคติ เพิ่มพูนความรู้ และสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้สอดคล้องกัน และหากมี บุคคลเกี่ยวข้องกับประกันภัยจากภายนอก เช่น บริษัทสำรวจภัยและประเมินความเสียหาย ทาง ผู้ประกอบการต้องชี้แจง ระเบียบและแนวทางของบริษัท เพื่อให้พนักงานจากภายนอกเหล่านั้นปฏิบัติ เสมือนเป็นพนักงาน หรือบุคลากรของบริษัทประกันภัย และควรจัดอบรมให้ความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

4.3 ผู้ประกอบการควรมีสถานงานทั้งสาขาใหญ่และสาขาย่อย ที่เป็นหลักแหล่งเลือก สถานที่ที่กว้างขวาง สามารถจอดรถได้อย่างสะดวกสบาย มีสัญญาณหรือป้ายชัดเจน ติดตั้งแอร์หรือ ระบบระบายอากาศ ให้ภายในสำนักงานมีความเย็นสบาย จัดสำนักงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้รับความสะดวก นอกจากนั้นทำเลที่ตั้ง ควรเลือกอยู่ใกล้ชุมชน ใกล้ สถาบันการศึกษา ใกล้ที่ทำงาน เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า และสามารถเข้าถึงลูกค้า นอกจากนั้นการแต่งกายของพนักงาน ต้องสะอาด สุภาพเรียบร้อย เป็นรูปแบบเดียวกัน การพูดจา ต้องสุภาพเรียบร้อย ชัดถ้อยชัดคำ เพื่อสร้างความประทับใจแรกเห็นให้กับลูกค้า รวมถึงอาจจะเป็นผล ที่จะส่งต่อความประทับใจให้บริษัทตามมา

4.4 ผู้ประกอบการควรออกแบบกระบวนการ ให้บริการด้านต่าง ๆ ให้กระชับ รวดเร็ว แม่นยำ เช่น การนาระบบคอมพิวเตอร์ และออกแบบโปรแกรม ที่สนับสนุนการให้บริการที่ ครบถ้วนถูกต้อง และมีข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุด รวมถึงผู้ประกอบการต้องสรรคหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ สามารถให้บริการหรือ เข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และรับรองความต้องการของลูกค้าได้ อย่างหลากหลาย เช่นระบบการติดต่อลูกค้า ระบบการตรวจสอบลูกค้าหากเกิดภัยต่าง ๆ อีกทั้งต้องมีการประสานงาน และปฏิบัติงานที่รวดเร็ว ทั้งภายในบริษัทและภายนอกบริษัท เพื่อบรรเทาภัยให้กับ ลูกค้าได้ทันเวลาที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษารูปแบบของการประกันวินาศภัย Non Motor อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละรูปแบบการประกันวินาศภัย เช่น ประกันอัคคีภัย ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก การประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด เป็นต้น เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันวินาศภัย Non Motor

2) ควรเพิ่มขอบเขตเนื้อหาในการวิจัย ในเรื่องของประสิทธิภาพของตัวแทนของบริษัท ประกันวินาศภัย Non Motor ต่าง ๆ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันวินาศภัย Non Motor ของกลุ่มเป้าหมาย

เท่านั้น มิได้ศึกษาถึงข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวกับมุมมองของพนักงานหรือ ตัวแทนของบริษัท ประกันวินาศภัย Non Motor ซึ่งอาจจะทำให้เห็นถึงทัศนคติ หรือมุมมองความเห็นไปได้ของธุรกิจประกันวินาศภัย Non Motor อีกด้านหนึ่ง

3) ควรเพิ่มขอบเขตของเนื้อหาในการวิจัย ด้านข้อมูลเชิงลึกของพนักงานหรือตัวแทนของบริษัทประกันวินาศภัย อาจทำให้เห็นมุมมองของธุรกิจประกันวินาศภัยอีกด้านหนึ่งเนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันวินาศภัยของผู้บริโภคเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยวัฒน์ หฤทัยพันธ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). Digital marketing: Concept & case study. นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี.
- เทอดศักดิ์ รักชาววงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันวินาศภัย (Non-Motor) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พลกฤต สามีใจ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันวินาศภัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- พิชชานันท์ บุญคง (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีศึกษา : นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. [ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์], สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2562. จาก. <https://doctemple.wordpress.com>
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทา'ประชากรศาสตร์. <http://learningofpublic.blogspot.com> Online.
- วิกานต์ ทนงค์รบ. (2563). การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขต อำเภอสรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิอาภา ทับทิม (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรวัฒน์ สายสินวล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจประเภท1 ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2555). การบริหารการตลาดสมัยใหม่.

กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.

สุธี เหมภาคสุภัก. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกหาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในพื้นที่

กรุงเทพมหานครช่วง Covid-19. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุรพงษ์ เกื้อนเล็ก. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลของพนักงาน

บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท. สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย

รามคำแหง

เหมชาติ สุวพิศ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัด ของผู้บริโภค

ในพื้นที่ ต.เขาขลุ่ย อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2009). Principles of Marketing (17th ed.). England:

Pearson

Kotler, Philip. (1997). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Yamane, Taro. (1967). Statistics, An Introductory Analysis, 2nd ed., New York: Harper

and Row.