ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Elders' Satisfactions of Life Insurance , Bangkae District Bangkok

ศุภนิจ เจนรัตนพร* และอัมรินทร์ เทวตา

สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)วิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 2)เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีประกันชีวิตเขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน400คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50-60ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท 2)ปัจจัยทางการตลาดด้านกรมธรรม์และบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ความพึงพอใจ, ประกันชีวิต

Abstract

The research objectives are 1) to analyze elders' satisfaction life insurance 2) to study marketing factors affecting to satisfaction in life insurance. The sample was 400 elderly people in Bangkae in distance, Bangkok who had life insurance. The research instrument was question and analysis data with frequency, percentage , mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results showed 1) Most of samples were female, 50-60years old, marriage status, education in bachelor degree, occupation in entrepreneur, and average monthly income in 30,001-40,000 bath 2) The aspects of marketing factors in life insurance policies and people influenced the average of elders' satisfaction life insurance with statistical significance at level 0.05

Keywords : Marketing Mix, Satisfaction, Life Insurance

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน

1.บทนำ

ในปัจจุบันชีวิตประจำวันของเราต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นภัยอันตรายรอบด้านทั้งภัยธรรมชาติภัยจากการกระทำของผู้อื่นทั้งที่ไม่อาจปกป้องหรือหลีกเลี่ยงได้และไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ความไม่แน่นอนของชีวิตเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อกับทุกคนไม่ว่าเป็นฐานะใดอาชีพใด เมื่อถึงเวลานั้นหากเราไม่ได้เตรียมการใดๆล่วงหน้าเอาไว้ไม่มีเงินทุนสำรองเอาไว้ใช้ไม่มีบ้านไม่มีรถแถมยังมีภาระมากมายที่อยู่ข้างหลังก็อาจจะส่งผลให้เราเกิดความเดือดร้อนจนชีวิตเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขึ้นมาได้ เพราะฉะนั้นการทำประกันไม่ใช่ภาระเป็นการเพิ่มภาระหนี้สินอย่างที่หลายคนเข้าใจ แต่หมายถึงการช่วยกระจายความเสี่ยงในชีวิตที่อาจจะเกิดขึ้นกับเราไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุวินาศภัยสุขภาพและการเสียชีวิตต่างๆเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่สามารถเกิดขึ้นได้กับเราทุกคนโดยไม่อาจจะคาดเดาล่วงหน้าได้ ดังนั้นเราจึงไม่ควรรอให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นกับเราก่อนจึงจะตระหนักได้แต่ควรเริ่มวางแผนชีวิตในอนาคตสร้างความมั่นคงโดยการเลือกซื้อประกันที่เหมาะสมกับตนเองโดยพิจารณาว่าในตอนนี้มีความเสี่ยงอะไรบ้างที่สามารถมีโอกาส

เกิดได้ง่ายที่สุดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตนั้น จะก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่มีผลต่อสังคมไทยอย่างมากนั่นคือ การมีผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นจากจำนวนเด็กที่ลดลงในขณะที่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกประมาณ 15 ปีข้างหน้า จำนวนเด็กจะพอ ๆ กับผู้สูงอายุ และหลังจากนั้นจะเกิดปรากฏการณ์มีผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2549) ตามปกติผู้สูงอายุจะมีสุขภาพร่างกายเสื่อมโทรม ไม่แข็งแรง จึงจำเป็นต้องมีผู้ดูแลเอาใจใส่และจะต้องใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลทำให้มีรายจ่ายเพิ่มขึ้นขณะที่ไม่มีรายได้ จึงทำให้ผู้สูงอายุมีความเป็นอยู่ที่ลำบาก หากไม่มีการวางแผนสะสมเงินออมเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในวัยชราจึงจำเป็นที่จะเตรียมพร้อมรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จะต้องมีการวางแผนการออมการลงทุนและการบริโภคเพื่อที่จะเตรียมพร้อมเมื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ เนื่องจากเมื่อสูงอายุแล้วจะต้องหยุดทำงานและขาดรายได้ จึงจำเป็นต้องเตรียมสะสมเงินออมหรือวางแผนการลงทุนเพื่อจะได้มีรายได้หรือเงินสะสมไว้ใช้ในช่วงที่สูงอายุหรือสามารถนำเงินออมที่สะสมไว้มาใช้ในช่วงบั้นปลายชีวิต(กลุ่มผู้สูงอายุ, 2558)

เนื่องจากในประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้นทุกปีและมีผู้สูงอายุจำนวนไม่มากที่ให้ความสนใจในการทำประกันชีวิตสำหรับผู้สูอายุเพราะอาจมองว่ามีสวัสดิการหรือประกันสังคมจากสถานที่ทำงานก็เพียงพอแล้วผู้สูงอายุยังมีความเชื่อในการพึ่งพาครอบครัวในกรณีที่เกิดปัญหาทางด้านการเงินและยังมองว่าการทำประกันชีวิตให้กับตนเองเป็นภาระและสิ้นเปลืองโดยอาจมีการมองข้ามผลประโยชน์ที่ควรได้รับในอนาคตข้างหน้าหรืออาจลืมไปว่าร่างกายย่อมมีวันเจ็บป่วยซึ่งอาจจะมีผลทางด้านการบริหารเงินออมที่มีอยู่อย่างแน่นอนอาจมีผลทำให้เงินออมที่มีอยู่หมดไปอย่างน่าเสียดายดังนั้นการทำประกันชีวิตจึงเป็นการลดภาระความเสี่ยงที่อาจจะมีการเกิดขึ้นได้และยังไม่ก่อให้เกิดภาระกับครอบครัวอีกด้วยการทำประกันชีวิตนั้นสามารถผ่อนหนักให้เป็นเบาได้ประกันผู้สูงอายุนับเป็นหลักประกันสุขภาพของผู้ใหญ่ในครอบครัวได้ดีอย่างมากเพราะในปัจจุบันนี้แม่จะรับราชการหรือทำงานที่รัฐวิสาหกิจจนถึงวัยเกษียณแต่ก็ไม่ได้รับบำนาญที่ช่วยดูแลรักษายามเจ็บป่วยฟรีเบิกได้เหมือนสมัยก่อนแต่จะได้เป็นค่าบำเหน็จแทนทำให้เมื่อเกษียณมาอยู่ที่บ้านจะไม่ได้รับสิทธิในการเบิกค่ารักษาพยาบาลอีกแล้วจึงทำให้ทุกวันนี้มีประกันที่ออกแบบค่าเบี้ยรวมถึงความคุ้มครองดูแลที่เหมาะแก่ผู้สูงวัยอย่างมาก(rabbit finance,2560)

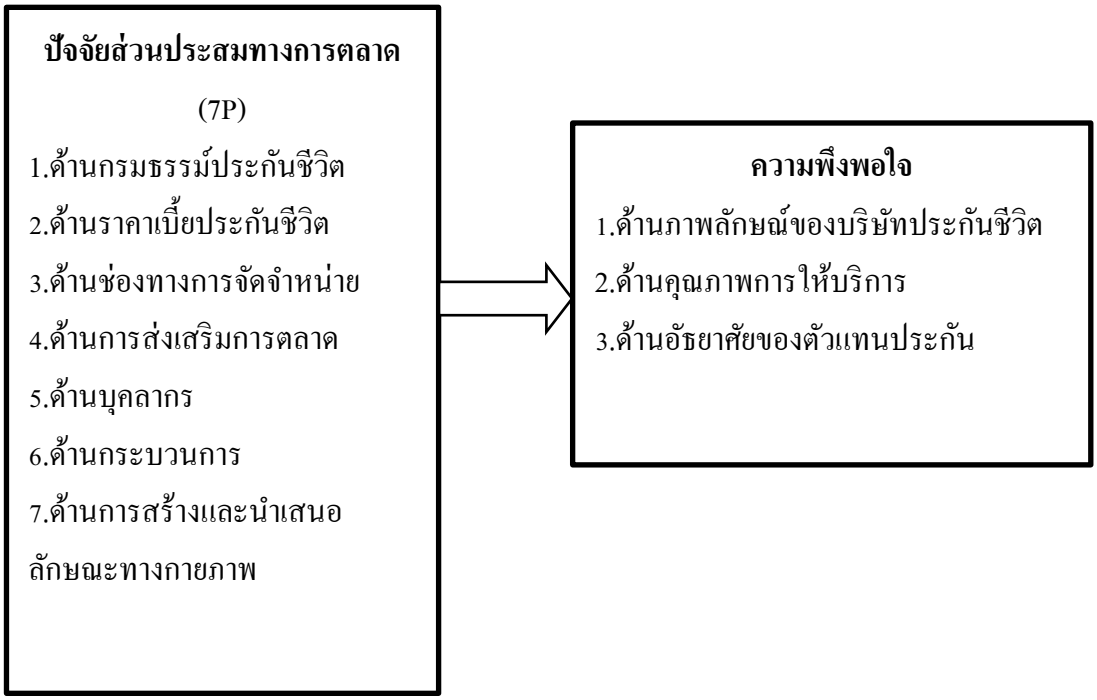
การศึกษาเรื่องปัจจัยการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุยังต้องมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ยิ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ปัจจัย 7P มาเป็นกรอบในการศึกษา ได้แก่ 1)Products กรมธรรม์ประกันชีวิต 2) Price ราคาเบี้ยประกันชีวิต 3) Place สถานที่จัดจำหน่าย 4) Promotion การส่งเสริมการตลาด 5) People บุคคลหรือพนักงาน 6) Process ด้านกระบวนการ 7) Physical Evidence and Presentation ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ปัจจัยด้าน7pนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกทำประกันภัยในด้านต่างๆนั่นคือด้านคุณภาพการให้บริการเมื่อมีการให้บริการที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเพราะการมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นการเพิ่มทรัพย์สินให้แก่องค์กรและจะส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า มีความเชื่อถือสินค้าหรือบริการมากขึ้นและด้านอัธยาศัยของตัวแทน

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

3.กรอบแนวคิด



4.ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางกาตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในการเลือกทำประกันชีวิตกรณีศึกษาในจังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ที่เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 2,457คน (สภาองค์กรชุมชน กรุงเทพมหานคร 2559)

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Yamane (ประสพชัยพสุนนท์,2553) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของขนาดตัวอย่างที่ใช้

= 343.99 ≈ 345 คน

เพื่อการป้องการความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามจึงได้แจกแบบสอบถามจำนวน 400ชุด

2.เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1เป็นแบบสอบถามด้านลักษณะประชากรศาสตร์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ แหล่งที่มาของข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต และ เหตุผลที่ตัดสินใจทำประกันชีวิต

ตอนที่2เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิต ได้แก่ ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคาเบี้ยประกันภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยปรับปรุงมาจากแบบสอบถามของ จิราวรรณ สงเกลี้ยง (2555)

ตอนที่3เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิต ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย ด้านคุณภาพการให้บริการ และอัธยาศัยของตัวแทนบริษัทประกันภัย โดยปรับปรังมาจากแบบสอบถามของ จิราวรรณ สงเกลี้ยง (2555)

ตอนที่4 ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นและนำความคิดเห็นนั้นมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

3.การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

3.1 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ2ท่าน เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) และเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (IOC) มากกว่า0.05

3.2 นำไปทดลองใช้กับผู้สูงอายุที่ทำประกันชีวิต ในเขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน30 คน เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งได้ค่าแอลฟา (**α**-Coeffient) พบว่า **α** = 0.980

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต้อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ และความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ

4.2 ใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ระหว่างความพึงพอใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P)

ผลลัพธ์

ผลจากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ผู้สูงอายุที่ทำประกันส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 69.1) อายุอยู่ในช่วง 50-60ปี (ร้อยละ 64.8)สถานภาพสมรส (ร้อยละ 50.0)ระดับการศึกษาคือปริญญาตรี (ร้อยละ 60.5**)**

มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 32.6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน30,001-40,000 บาท (ร้อยละ 28.9) ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตจากตัวแทนขายประกัน (ร้อยละ 37.5) ตัดสินใจทำประกันชีวิตเนื่องจาก ต้องการความคุ้มครอง (ร้อยละ 56.3)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.
ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	4.33	0.31
ด้านราคาเบี้ยประกันชีวิต	3.42	0.59
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79	0.76
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	0.76
ด้านบุคคลากร	4.38	0.41
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.28	0.44
ด้านกระบวนการ	4.12	0.55
รวม	**3.97**	**0.55**

จากตารางผู้ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัดส่วนประสมทางการตลาด ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับที่มาก และรองลงมาคือด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต แต่ด้านราคาเบี้ยประกัน ให้ความสำคัญน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.
ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย	4.04	0.43
ด้านคุณภาพการให้บริการ	3.83	0.44
ด้านอัธยาศัยของตัวแทนประกันภัย	4.45	0.40
รวม	**4.11**	**0.42**

1.ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุเขตบางแคจังหวัดกรุงเทพมหานครในระดับมาก($\bar{x}$ = 4.04 , SD = 0.43)

โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย , ความมั่นของบริษัทเป็นที่ยอมรับ , ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับและรูปแบบกรมธรรม์เทียบกับบริษัทอื่น

2.ด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.83 , SD = 0.44)

โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้ การแนะนำและการให้คำปรึกษาของพนักงานมีความเหมาะสม,กรมธรรม์ที่ท่านเลือกตรงกับความต้องการเป็นอย่างดี, ความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการบริษัทประกันภัยมีหลากหลายทางเลือกในการให้บริการตรงกับความต้องการและ เทคโนโลยีที่บริษัทนำมาใช้มีความทันสมัย

3.ด้านอัธยาศัยของตัวแทนประกันภัย

ปัจจัยด้านอัธยาศัยของตัวแทนประกันภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.45 , SD = 0.40)

โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้ ตัวแทนมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำได้อย่างดี , ตัวแทนมีความใส่ใจ และตัวแทนมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใสต่อการให้บริการ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุจากการหาจากการหาค่าสถิติของสมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด	**ความพึงพอใจรวม**		
	Y_1		
	B	**t**	**Sig.**
ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต	0.30	6.21	0.00*
ด้านราคาเบี้ยประกันชีวิต	0.014	0.34	0.73
ด้านช่องทางการจำหน่าย	0.10	0.83	0.41
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.07	0.06	0.95
ด้านบุคคลากร	0.21	4.82	0.00*
ด้านกระบวนการ	0.05	0.92	0.36
ด้านการสร้างภาพลักษณ์และการ	0.03	0.16	0.88

นำเสนอลักษณะทางกายภาพ			
ค่าเฉลี่ยรวม	0.11	1.91	0.48

*p < 0.05

ปัจจัยด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านราคาเบี้ยประกันชีวิต ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตาด ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างภาพลักษณ์และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่ได้แสดงนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจรวมของผู้สูงอายุ

5.อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุในเขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตจากตัวแทนขายประกันชีวิต ตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเนื่องจากต้องการความคุ้มครอง

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร 7 ด้านได้แก่ กรมธรรม์ประกันชีวิต ราคาเบี้ยประกันชีวิต ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวรการ และการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีระดับความสำคัญ 1)ปัจจัยด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความคุ้มครองของกรมธรรม์ตอบสนองความต้องการมากที่สุด 2)ด้านราคาเบี้ยประกันชีวิต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเบี้ยประกันภัยเหมาะกับการคุ้มครองมากที่สุด 3)ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายตัวแทนพนักงาน 4)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการแนะนำ/เสนอขายของตัวแทนมากที่สุด 5)ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบให้ความสำคัญในเรื่องเอาใจใส่ลูกค้า มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการมากที่สุด 6)ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องได้รับกรมธรรม์ที่ถูกต้องตามที่ต้องการมากที่สุด 7)ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องจะซื้อกรมธรรม์กับบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเท่านั้นมากที่สุด

จากการศึกษาประเด็นความพึงพอใจ สามารถสรุปประเด็นวัดความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันชีวิต ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านอัธยาศัยของตัวแทนบริษัทประกันชีวิต ระดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือของบริษัทมากที่สุด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การแนะนำและการให้คำปรึกษาของพนักงานมีความเหมาะสมมากที่สุด และปัจจัยด้านอัธยาศัยของตัวแทนบริษัทประกันชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องตัวแทนบริษัทตอบข้อซักถามและอธิบายรายละเอียดได้มากที่สุด

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ทำประกันส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกัน มีผลต่อพฤติกรรมการทำประกันชีวิต เนื่องจากความพอใจในคำชี้แจงที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอำพันธ์ เอมอิ่ม **(2538)** ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของประชาชนเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้บริโภคได้รับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจจากตัวแทน รวมถึงอิทธิพลในการเลือกซื้อ

2. จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในการเลือกทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ในด้านอัธยาศัยของตัวแทนประกันภัยระดับความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ คอตเลอร์ (2555)

คุณค่าด้านพนักงาน (personnal value) จากความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความสามารถในการตอบคำถามของบุคลากรขององค์กร ทำให้เกิดคุณค่าในสายตาลูกค้า เป็นการรับรู้สัมผัสถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการสอดคล้องกับความคิดเห็นทัศนคติที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะประเมินถึงคุณค่าที่เป็นประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การสร้างและนำเสนอด้านกายภาพ และกระบวนการ ไม่ได้แสดงนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติทั้ง3ด้าน ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย ด้านคุณภาพในการให้บริการ และด้านอัธยาศัยของตัวแทนประกันภัยต่อความพึงพอใจรวมของผู้สูงอายุประกอบด้วย

1.ด้านราคาเบี้ยประกัน ผู้สูงอายุที่ทำงานและอยู่ร่วมกิจกรรมต่างๆ ในสังคมมานาน อาจมีความเข้าใจในเรื่องของการการตั้งราคาเบี้ยประกันที่มีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง รวมทั้งบริษัทประกันไม่ได้ตั้งราคาแตกต่างกันมากนัก ซึ่งผู้สูงอายุไม่เห็นเป็นประเด็นที่กระทบต่อความพึงพอใจมากนัก

2.ด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้สูงอายุสามารถซื้อกรมธรรม์ได้ง่าย เนื่องจากแต่ละบริษัทประกันภัยมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย แต่ไม่ได้มีปรับปรุงการให้บริการผ่านเครือข่ายต่างๆทำให้ผู้สูงอายุไม่คิดว่าเป็นประเด็นที่กระทบต่อความพึงพอใจมากนัก

3.ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าจากความจำเป็นและประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก รวมถึงการแนะนำและการเสนอของตัวแทนอาจจะยังไม่ชัดเจน ให้ผู้สูงอายุไม่คิดว่าเป็นประเด็นที่กระทบต่อความพึงพอใจมากนัก

4.ด้านกระบวนการกระบวนการอาจจะไม่ได้บอกรายละเอียดของกรมธรรม์ไว้อย่างชัดเจน (เพราะบริษัทอาจจะไม่อยากเสียผลประโยชน์) บางกรณีลูกค้าจะเสียผลประโยชน์และไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตัวเองมากที่สุด

5.ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ในปัจจุบันมีบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือจำนวนมาก และผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องประโยชน์และความเหมาะสมมากกว่าผู้สูงอายุจึงไม่คิดว่าเป็นประเด็นที่กระทบต่อความพึงพอใจมากนัก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้ง

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการทำประกันชีวิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ประกันชีวิตผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ50-60ปี สถานภาพสมรส บริษัทจึงควรมีการวางแผนกับทางด้านกรมธรรม์ประกันชีวิตผู้สูงอายุให้มีความเหมาะสมให้มากที่สุด อาจมีการเพิ่มประสิทธิประโยชน์และกล่าวถึงประโยชน์ที่สำคัญ เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าในช่วง50-60ปี ให้มีจำนวนมากขึ้นในการทำประกันชีวิตผู้สูงอายุเพราะบุคคลกลุ่มเหล่านี้ยังอยู่ในวัยทำงานและมีรายได้ในระดับสูง

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.1 ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต บริษัทควรพัฒนาให้มีระยะเวลาของความคุ้มครองมากกว่าหรือเทียบเท่าบริษัทอื่นๆ

2.2 ด้านราคาเบี้ยประกัน บริษัทควรมีการส่งเสริมการขายโดยการออกสิทธิพิเศษสำหับลูกค้าเมื่อชำระค่าเบี้ยประกันด้วยบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆเพื่อเป็นการอำนวยสะดวกกับลูกค้า

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทประกันชีวิตควรมีสำนักงานขายตามแต่ละเขตให้ครอบคลุมเพื่ออำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษาได้อย่างทั่วถึง

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทควรมีการแจ้งข่าวสาร มีการประชาสัมพันธ์ต่างๆของบริษัทให้ลูกค้าทราบ และเข้าถึงผู้สูงอายุได้ง่ายมากขึ้น

2.5 ด้านบุคลากร บริษัทประกันควรมีการฝึกอบรมพนักงานของบริษัทประกัน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ในรายละเอียดของประกันชีวิตเป็นอย่างดี

2.6 ด้านกระบวนการ ควรพัฒนากระบวนการเรื่องการแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องและตรงประเด็นด้วยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบกับกลุ่มผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียว จึงอยากเสนอให้ท่านต่อไปจัดทำแบบสอบถามสำหรับคนกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยคนทำงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายของประชากร

ทำการศึกษาโดยขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

6.เอกสารอ้างอิง

(1) กลุ่มผู้สูงอายุ, 2558, “ผลที่ตามมาของประเทศที่เข้าสู่ภาวะผู้สูงอายุ,” http://www.stou.ac.th stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-04.html [มีนาคม 2560].

(2) จิราวรรณ สงเกลี้ยง,2553, “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต,” วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

(3) ณัฐกมล ศานติมงคลวิทย์,2553, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภควัยทางานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร,” วารสารการเงินการลงทุนการตลาดและการบริหารธุรกิจ

(4) ประกันภัยประเทศไทย , 2557, “ทำไมเราต้องทำประกัน การทำประกันจำเป็นสำหรับเราหรือไม่ ,”http://www.insuranceth.com//[31 มีนาคม 2560].

(5) วาณี ทองเสวต, 2548, “แนวคิดความพึงพอใจ,”http://maitree3.blogspot.com/2011/03/blog-post.html [31 มีนาคม 2560].

(6) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, “แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ,” http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html [17 เมษายน 2560].

(7) ศิวัตม์ สิงหสุตกร,2560, “การทำประกันของผู้สูงอายุ,”https://finance.rabbit.co.th/[1 เมษายน 2560].

(8) ศันสนีย์รวีวงศ์อโนทัย. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี.” วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการจัดการทั่วไปคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2550

(9) สถาบันวิจัยประชากรและสังคม ,2549, “ผู้สูงอายุเขตบางแค,” http://coc.nida.ac.th/node/7762 [15มีนาคม 2560].

(10) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ,2558, “สถาณการณ์ด้านประชากร,” http://fopdev.or.th/ [31 มีนาคม 2560].

(11) อภิญญาช่างยิ้ม, 2554. “การประกันชีวิต ผู้สูงอายุในมุมมองของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร.”วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2559

(12) Brian Tracy , 2557, “The 7 Ps of Marketing,”https://www.entrepreneur.com/article/70824 [5 พฤษภาคม 2560].

(13) Niaz Asadullah , 2560, “What matters for life satisfaction among the oldest (14) old?,”http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0171799 [5 พฤษภาคม 2560].

(15) Trustedchoice , 2557, “Senior Health Insurance,”https://www.trustedchoice.com/health- insurance/ [5 พฤษภาคม 2560].