

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (1) การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต (2) ความคิดเห็นในการทำประกันชีวิต และ (3) การตัดสินใจในการทำประกันชีวิต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่า t-test ค่า F-test (One-Way ANOVA) ค่าไคสแควร์ (Chi - Square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficients)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย เล็กน้อย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด และสมรส ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้บริโภคจะไม่มีบุตร มากกว่า ผู้บริโภคที่มีบุตร เล็กน้อย ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-15,000 บาท และจะเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลการทำประกันชีวิต พบว่า ผู้บริโภคเคยทำประกัน มากกว่า ผู้บริโภคที่ไม่เคยทำประกัน เล็กน้อย สำหรับในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่เคยทำประกันชีวิต นั้น ก็จะไม่ทำประกันชีวิต ส่วนเหตุผลที่ตัดสินใจทำประกันชีวิต เป็นอันดับหนึ่ง คือ ต้องการความคุ้มครองตัวท่านและครอบครัว รองลงมาต้องการเก็บออมเงิน และต้องการสวัสดิการรักษาพยาบาล

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตด้านสื่อมวลชน พบว่า โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้บริโภค ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิต มากที่สุด รองลงมา ก็เป็นหนังสือพิมพ์ สำหรับสื่อบุคคล นั้น พบว่า ผู้บริโภค ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร จากตัวแทนประกันชีวิต รองลงมาคือเป็นเพื่อนสนิท ส่วนสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ผู้บริโภค ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับ/โบรชัวร์ รองลงมา จากใบปลิว

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยกับการทำประกันชีวิตช่วยให้รู้สึกมั่นใจและสบายใจมากขึ้น มากที่สุด รองลงมาเห็นด้วยว่า แม้ว่าการทำประกันชีวิตต้องจ่ายเบี้ยประกันสูง แต่ความคุ้มครองมากมาย แล้วยังได้เงินก้อนคืนเมื่อครบสัญญา เห็นด้วยว่า ตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่มักเร่งเร้าให้ท่านซื้อประกันกับเขาโดยเร็ว เห็นด้วยว่า

หลังจากขายประกันชีวิตได้ ตัวแทนมักบริการน้อยลง และจะเห็นด้วยว่าการทำประกันชีวิตช่วยให้เราได้เก็บออมเงิน โดยจะไม่เห็นด้วยว่าการทำประกันชีวิตเหมือนเป็นกลางร้าย ทำให้อายุสั้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ท่านต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต พบว่า ผู้บริโภคต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องของสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากกรมธรรม์แต่ละประเภท มากที่สุด รองลงมาต้องการทราบเรื่องรายละเอียดของผลประโยชน์ที่จะได้รับจากกรมธรรม์แต่ละประเภท ต้องการทราบเรื่องสถานพยาบาลที่สามารถใช้บริการได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ซึ่งต้องการทราบเรื่องขั้นตอนในการทำประกันชีวิต น้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับสื่อและข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต ด้านสื่อมวลชน มีความแตกต่างกัน ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ด้านสื่อบุคคล มีความแตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ สำหรับด้านสื่อเฉพาะกิจ มีความแตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และอาชีพ ส่วนความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต มีความแตกต่างกัน ตามรายได้ และมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อและข้อมูลด้านสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ สำหรับประวัติการทำประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพสมรส การมีบุตร รายได้ และอาชีพ ส่วนการทำประกันชีวิตในอนาคต มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การมีบุตร และรายได้