

การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ
ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง
กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2559



นางสาวรัญญา ผิวสว่าง
ผู้วิจัย

บุริม โอทกานนท์, M.B.A.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์บุริม โอทกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามรวมถึงเพื่อนและผู้ตอบแบบสอบถามบางท่าน ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามด้วย

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียวและยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

วรัญญา ผิวสว่าง

การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

STUDYING ATTITUDE OF THE LIFE AND HEALTH INSURANCE USAGE BEHAVIOR AMONG WOMEN GENERATION Y IN BANGKOK

วรัญญา ผิวสว่าง 5750487

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุริม โอทกานนท์, M.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนา ปิติสันต์, Ph.D., ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D., กิตติชัย ราชมหา, M. Acc.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ จำนวน 142 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความถี่ ใช้สถิติเชิงอนุมานสถิติ ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 20,001-50,000 บาทต่อเดือน มีเงินออม เลือกรับประกันกับบริษัท เอไอเอ จำกัด ซึ่งตระหนักถึงประโยชน์ของประกันจากคนใกล้ชิด ซึ่งชอบโฆษณาประเภทตราว่า มีการเลือกทำประกันกับตัวแทนมากที่สุด และใช้บัตรเครดิตในการชำระเบี้ยประกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพ อาชีพ รายได้ การออมเงิน สาเหตุการทำประกัน และลักษณะโฆษณาประกัน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ การออมเงิน สาเหตุการทำประกัน ลักษณะโฆษณาประกัน และการชำระเบี้ยประกัน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าประวัติการทำประกัน และลักษณะโฆษณา ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านระดับราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าสาเหตุการทำประกัน และลักษณะโฆษณาประกัน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การทำประกัน/ เจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา	1
คำถามของการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานในการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความหมายของคำสำคัญ	5
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	27
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
กระบวนการเก็บข้อมูล	31
การวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีทางสถิติที่ใช้	31
บทที่ 4 ผลการวิจัย	33
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ทักษะคิดต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการศึกษา	86
สรุปผลการวิจัย	86
ข้อเสนอแนะในการศึกษา	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	94
ประวัติผู้วิจัย	99



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงวิธีการมองโลกของคนแต่ละเจนเนอเรชัน	15
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	33
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	34
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	34
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	35
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการออมเงิน	36
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบเงินออม	36
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพ	37
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทประกันชีวิต และประกันสุขภาพ	37
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางประกันภัย	38
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ตัดสินใจทำ ประกันชีวิตและประกันสุขภาพ	39
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโฆษณาประกันชีวิต และประกันสุขภาพที่โน้มน้าวใจให้ทำมากที่สุด	40
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเบี้ย ประกันภัย	40
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเบี้ย ประกันภัย	41
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านความ คุ้มครอง	41
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้าน ผลประโยชน์	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านราคา	43
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านบริษัท รับประกันภัย	44
4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเร ชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	45
4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเร ชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	46
4.21 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่าง กันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกัน ชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ เรื่อง การทำประกันชีวิตสามารถ หักลดหย่อนภาษีได้	47
4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	47
4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเร ชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	48
4.24 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกัน ชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจ เนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	49
4.25 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกัน ชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจ เนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.26 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	51
4.27 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	51
4.28 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	52
4.29 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	53
4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	54
4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	54
4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	55
4.33 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านสัลยกรรมพลาสติก	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	57
4.35 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	58
4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	58
4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	59
4.38 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนอายุที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านศีลธรรม พลาสติก	60
4.39 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	61
4.40 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	62
4.41 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	63
4.43 แสดงผลการทดสอบ โดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการมีเงินออมที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านศัลยกรรมพลาสติก และ โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิงแตกต่างกัน	64
4.44 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	65
4.45 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	66
4.46 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	66
4.47 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	67
4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	68
4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.50 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	69
4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	70
4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	71
4.53 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	72
4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	72
4.55 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	73
4.56 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้าน โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	74
4.57 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.58 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่าง กันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ สามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	76
4.59 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำ ประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชั่น วาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	76
4.60 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่าง กันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพในด้านราคา	77
4.61 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำ ประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	77
4.62 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่าง กันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัย	78
4.63 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อ การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศ หญิง กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	79
4.64 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อ การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศ หญิง กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.65 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่าง กันในแต่ละคู่ ของปัจจัยด้านการชำระเบี้ยประกันภัยที่มีต่อทัศนคติต่อการทำ ประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ด้านการให้ผลตอบแทน มากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	81
4.66 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อ การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจ เนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	82
4.67 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อ การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากร เพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	82
4.68 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศ หญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	83
4.69 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศ หญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	84
4.70 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเร ชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	85
4.71 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศ หญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร	85
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	88
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	89

บทที่ 1 ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา

1.1 ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน ย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไม่แน่นอนและความเสี่ยง ซึ่งในปัจจุบันผู้หญิงมีอายุยืนกว่าผู้ชาย จากการเปรียบเทียบอายุขัยเฉลี่ยระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในแต่ละประเทศ เช่น ประเทศในสหภาพยุโรป ผู้ชายมีอายุขัยเฉลี่ยต่ำกว่าผู้หญิง 6.4 ปี ขณะที่สหรัฐอเมริกา ผู้ชายมีอายุขัยเฉลี่ยต่ำกว่าผู้หญิง 5 ปี ในส่วนของประเทศไทยจากประชากรคาดประมาณ ณ กลางปี 2555 อายุเฉลี่ยผู้ชาย 69.6 ปี ผู้หญิง 76.9 ปี ต่างกันถึง 7.3 ปี (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2555)

จากที่กล่าวมาทุกสิ่งทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสุขภาพ การเจ็บป่วย อุบัติเหตุ การเสียชีวิต หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม เป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งเหตุการณ์ต่างๆเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้ว ย่อมสร้างความเสียหายต่อตนเอง บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง สังคมและประเทศชาติ การที่ครอบครัวสูญเสียรายได้ อันเนื่องมาจากสมาชิกในครอบครัวเสียชีวิต ทูพพลภาพหรือเป็นผู้สูงอายุ ย่อมส่งผลกระทบต่อครอบครัวที่ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายต่างๆที่ยังคงมีอยู่ การทำประกันภัยจึงอีกหนึ่งทางเลือกในการรับประกันความเสี่ยงต่างๆที่จะเกิดขึ้น ซึ่งช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันดังกล่าว

ซึ่งปัจจุบันคนไทยได้เริ่มหันมาให้ความสนใจในการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ กันมากกว่าแต่ก่อน เนื่องจากคนไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ การเสียชีวิต หรือแม้กระทั่งเป็นการออมทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูงอีกด้วย รวมถึงสามารถนำค่าเบี้ยประกันภัยไปหักลดหย่อนภาษีอากรได้อีกด้วย และไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันจะซบเซาเพียงใด แต่ธุรกิจการรับประกันภัยในประเทศไทยกลับมีอัตราที่เติบโตสูงขึ้นตรงข้ามกับเศรษฐกิจที่ซบเซาลง

ดังข้อมูลที่ได้กล่าวไปข้างต้น การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้บริษัทประกันภัย สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน และผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.2 คำถามของการวิจัย

1.2.1 ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติอย่างไรต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

1.2.2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกันเป็นอย่างไร

1.2.3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกันเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานในการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกัน

1.4.2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประเด็นที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเกี่ยวกับ ความคุ้มครองเฉพาะที่เกิดขึ้นในผู้หญิง ได้แก่ ความคุ้มครองด้านศัลยกรรม ความคุ้มครองด้าน ศัลยกรรมพลาสติก ความคุ้มครองด้านทันตกรรม ความคุ้มครองโรคผิวหนัง (ผิวหนัง / ฝ้า / กระ) รวมถึง ความคุ้มครองโรคมะเร็ง ซึ่งเป็นการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative)

1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรเพศหญิงที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2540 หรือปัจจุบันมีอายุระหว่าง 19-36 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 795,940 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจะใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ คำนึงถึงโอกาสความน่าจะเป็น (Non -Probability Sampling) และใช้ สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 10\%$ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง

1.5.3 พื้นที่

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.5.4 ระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2559

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 มีความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็น แนวทางในการศึกษาต่อไป

1.6.2 บริษัทประกันภัยสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษา มาใช้เป็นแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.6.3 บริษัทประกันภัยสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ เหมาะสม เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ

1.7 นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล เป็นผลรวมของความเชื่อและการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งทางบวกและทางลบ เป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อวัตถุใดๆ ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย

การทำประกัน หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัย หรือทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง โดยตกลงยินยอมชำระเบี้ยประกันตามเงื่อนไขในสัญญาประกันภัยฉบับนั้น

เจนเออร์ชันวาย (Generation Y) หรือ Gen -Y หมายถึง ผู้ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ.2523 ถึง พ.ศ.2540 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีอายุระหว่าง 19-36 ปี



บทที่ 2

การทบทวน วรรณกรรม

การวิจัยการศึกษาที่สนใจต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความหมายของคำสำคัญ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. ความหมายของคำสำคัญ
 - 1.1 ประกันภัย
 - 1.2 เจนเนอเรชันวาย (Generation Y)
 - 1.3 ทศนคติ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวความคิดเรื่องเจนเนอเรชัน
 - 2.2 ทฤษฎีความต้องการ
 - 2.3 ทฤษฎีการตัดสินใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ความหมายของคำสำคัญ

2.1.1 การประกันภัย

การประกันภัย หมายถึง การวางแผนเพื่อเตรียมรับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเกิดขึ้นกับตัวเรา ครอบครัวของเรา ทรัพย์สินของเรา หรือธุรกิจของเรา การวางแผนที่จะช่วยบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งมีลักษณะเป็นการเฉลี่ยทรัพย์บางส่วนจากสมาชิกผู้เอาประกันภัยมารวมเป็นกองกลางจำนวนหนึ่ง เมื่อมีผู้รับความเสียหายตามสัญญา ผู้รับประกันภัยจะนำเงินกองกลางใช้ให้แก่ผู้เสียหาย จากหลักการนี้ผู้รับประกันภัยต้องพิจารณาโอกาสแห่งภัยที่จะเกิดขึ้นว่าควรเป็นเท่าใด เรียกว่า ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Theory of Probability) และ

จำนวนผู้เอาประกันภัยเป็นปริมาณมากเพียงพอ เรียกว่า ทฤษฎีกฎจำนวนมาก (Theory of Great Number) (สมาคมนักคณิตศาสตร์ประกันภัย, 2554)

การประกันภัยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การประกันชีวิต เป็นการคุ้มครองความสูญเสียที่เกิดขึ้นกับชีวิตผู้เอาประกันภัย โดยกำหนดเป็นวงเงินชดเชยที่แน่นอนตามทุนประกันที่ระบุไว้ นอกจากนี้ยังสามารถให้คุ้มครองครอบคลุมถึงการทุพพลภาพ, การเจ็บป่วย, โรคร้ายแรง, อุบัติเหตุ หรือเงินชดเชยรายได้จากการหยุดงาน

2. การประกันวินาศภัย เป็นการคุ้มครองความสูญเสียที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินผู้เอาประกันภัย โดยกำหนดในรูปทุนประกันตามมูลค่าทรัพย์สิน หากมีความสูญเสียเกิดขึ้น จะมีการชดเชยตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่เกินทุนประกัน ได้แก่ การประกันไฟ, ประกันรถยนต์, ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล, ประกันการเดินทาง, ประกันภัยขนส่งทางทะเล และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด

หลักในการวางแผนประกันภัย

1. ต้องรู้วัตถุประสงค์ของการประกันภัย
2. ต้องรู้ความจำเป็นหรือวงเงินที่ต้องการประกัน
3. ต้องรู้ข้อบ่งชี้ที่ต้องการประกัน
4. ต้องรู้ช่วงระยะเวลาที่ต้องการให้มีการคุ้มครอง
5. ต้องรู้รูปแบบการประกันที่สามารถตอบสนองความต้องการของเรา

แนวทางในการพิจารณาเมื่อตัดสินใจจะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

1. เลือกซื้อกับบริษัทที่มีชื่อเสียง หรือน่าเชื่อถือ
2. ซื้อให้เหมาะกับวงเงินที่ต้องการ
3. ซื้อให้เหมาะกับความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัย
4. ทำความเข้าใจในเงื่อนไขของกรมธรรม์ก่อนซื้อ
5. เปรียบเทียบกรมธรรม์ของแต่ละบริษัท

ความแตกต่างระหว่างการประกันชีวิตกับการประกันวินาศภัย

1. ภัยจากการประกันชีวิตเป็นสิ่งที่ต้องเกิดแน่นอน แต่ภัยจากวินาศภัยอาจจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้
2. ประกันชีวิตจะชดเชยตามทุนประกัน ประกันวินาศภัยจะชดเชยตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่เกินวงเงินประกัน
3. จำนวนเงินเอาประกันภัยมักจะได้คืนเมื่อครบสัญญา ขณะที่เบี้ยประกันวินาศภัยมักจะเป็นแบบกินเปล่า
4. การสมัครประกันชีวิตในวงเงินสูง อาจต้องถูกเรียกตรวจสุขภาพ ส่วนประกันวินาศภัยจะไม่มี การเรียกตรวจสุขภาพ แต่อาจมีการไปตรวจสภาพสินทรัพย์ที่จะเอาประกัน ว่าความเสี่ยงภัยและมูลค่าที่แท้จริงเป็นอย่างไร ตรงกับที่แจ้งไว้หรือไม่
5. เนื่องจากเบี้ยประกันชีวิตจะต้องส่งมอบคืนผู้เอาประกันในวันหนึ่งข้างหน้า ดังนั้นเงินออมส่วนนี้ จะมีกฎหมายควบคุมการลงทุนที่ค่อนข้างเข้มงวด ขณะที่เบี้ยประกันวินาศภัยมักเป็นแบบกินเปล่า จึงไม่ได้เข้มงวดในเรื่องการลงทุนเทียบเท่าเบี้ยประกันชีวิต (สมาคมตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน, 2558)

2.1.2 เจเนอเรชันวาย (Generation Y)

(Ron อ้างถึงใน รัชฎา อติสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548) กล่าวว่า เจเนอเรชันวาย หมายถึง คนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2544 มีทักษะด้านกีฬา การ าด์เข้าค่ายคอมพิวเตอร์และ กิจกรรมต่างๆ มีทัศนคติและมุมมองใหม่ๆ ต่อเรื่องเพศ สถานที่ เวลาและระยะทางอย่างง่าย ๆ สงสัยเรื่องเกี่ยวกับการแบ่งแยกเชื้อชาติและเพศ ตามแนวคิดเดิมมีเพื่อนสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถติดต่อเวลาใดก็ได้ อุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ ไม่มีอิทธิพลต่อคนรุ่นนี้ มีความเต็มใจทำงานและเรียนรู้ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มุ่งผลสัมฤทธิ์ อีกทั้ง (Robbins อ้างถึงใน รัชฎา อติสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548) กล่าวว่า เจเนอเรชันวาย คือ กลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่การทำงาน คนรุ่นนี้เติบโตในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู มีความคาดหวังสูง เชื่อมั่นในตนเองและมั่นใจในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จด้วยตนเอง ไม่เคยหยุดค้นหางานตามอุดมคติ ไม่คิดว่าการเปลี่ยนแปลงงานบ่อยเป็นเรื่องผิด และมองหาสิ่งสำคัญในงานอยู่เสมอ พอใจกับการเปลี่ยนแปลง เป็นคนรุ่นแรกที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มใจ ให้ความสนใจอย่างมากต่อเงิน แสวงหาความสำเร็จด้านการเงินชอบทำงานเป็นทีมและพึ่งพาตนเองได้สูง มีค่านิยมต่ออิสรภาพและชีวิตที่สะดวกสบาย รวมถึง (Chester อ้างถึงใน รัชฎา อติสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548) ได้ให้คำนิยามของคำว่า เจเนอเรชันวายว่า คือกลุ่มคนที่เห็นว่า Laptops โทรศัพท์เคลื่อนที่ โรคเอดส์ และยาเสพติดไม่ใช่เรื่อง

แปลกในชีวิต มีความสามารถในการปรับตัว ความคิดสร้างสรรค์คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ยืดหยุ่น ชาญฉลาด และยึดมั่น ในขณะที่เดียวกันมีลักษณะที่ไม่อดทนไม่เคารพนับถือ มีแรงจูงใจด้านภาพลักษณ์ตรงไปตรงมาและช่างสงสัยจากคำจำกัด

(ศิวารัตน์ ณ ปทุม, 2552) ได้ให้แนวคิดไว้เกี่ยวกับเจเนอเรชันตามมุมมองในเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มวาย เกิดช่วงอายุปี พ.ศ. 2521-2538 มีลักษณะพื้นฐานในการทำงานหนักเพื่อหวังผล มีความทะเยอทะยานสูง และความคาดหวังที่จะมีโอกาสในการเติบโตได้อย่างรวดเร็วต้องการประสบความสำเร็จทางการเงิน เสาะแสวงหาความท้าทาย งานที่มีความหมาย และมีผลโต้ตอบทันที ชอบสิ่งประดิษฐ์ใหม่ มีความภักดีต่อองค์กร แต่ภักดีกับหัวหน้างานโดยตรงการจัดแบ่งกลุ่มคนตามช่วงอายุ ขณะที่ (ธนวรรณ ศิลนิตติถาวร, 2554) ให้ข้อเสนอว่ากลุ่ม Generation Y มีลักษณะเด่น คือ เป็นกลุ่มที่มีความฉลาด และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการทำสิ่งต่างๆ ทำให้ทราบว่าจะค้นหาข้อมูล ได้จากที่ใด เวลาไหนและทำได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงยังทำให้คนกลุ่มนี้มีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารและยังสามารถทำงานหลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกัน ลักษณะงานที่คนกลุ่มนี้ต้องการ คืองานที่มีความท้าทายและต้องสามารถเลือกวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงองค์กรที่คนกลุ่มนี้สนใจต้องเป็นองค์กรที่เปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็น อีกทั้งคนกลุ่มนี้ยังต้องการงานที่สามารถเลือกเวลาทำงานตามความสะดวกของตนเอง หรือทำงานจาก สถานที่อื่นได้ เช่น ที่บ้าน หรือนอกสถานที่ทำงาน โดยยึดผลงานตามกำหนดเวลา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากองค์กรนั้นๆมีระเบียบวินัยที่เคร่งครัดมากเกินไป เช่น ห้ามใช้โทรศัพท์มือถือถือระหว่างทำงาน ห้ามใช้คอมพิวเตอร์ในเรื่องส่วนตัว คนกลุ่มนี้ก็พร้อมที่จะลาออกโดยไม่รอสมัครงานใหม่ เนื่องจากมีความเชื่อว่าหากทำงานที่ไม่ชอบหรือทำแล้วไม่สบายใจ ก็ไม่มีเหตุผลที่ต้องทนทำงาน ต่อไป

(สมพร อ่างใน “คน 3 วัยในนิคต้า”, 2554) มีความเห็นว่ากลุ่มคน Generation Y ว่ามีลักษณะเด่น คือ เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี ทำให้มี 15 ลักษณะส่วนบุคคลที่กล้าแสดงออกทั้งด้านความคิดและการแสดงออก ไม่เชื่อสิ่งใดง่ายๆ หากไม่มีเหตุผลดีพอ มีความทะเยอทะยานและเรียกร้องสูงมีความเชื่อมั่นในตนเอง ทำให้งานที่คนกลุ่มนี้ต้องการคืองานที่มีความท้าทาย และมีโอกาสเติบโต ชอบทำงานเป็นทีม ไม่มีความอดทนที่จะทำงานในที่เดิมนานๆ ชอบทำหลายๆ อย่างพร้อมกัน มองโลกในแง่ดี มีความคาดหวังที่สูง โดยเฉพาะเรื่องทีมงานที่จะคอยช่วยเหลือในการทำงาน และมีแนวคิดในการสร้างสมดุลในชีวิตและหน้าที่การงาน (Work Life Balance) เป็นเรื่องสำคัญ

สรุปแล้ว เจเนอเรชันวาย “Generation Y” หมายถึง ผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2540 (ค.ศ. 1980-1997) เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี มีลักษณะกล้าแสดงออก

ต้องการเหตุผลในทุกๆเรื่อง ไม่มีความอดทนที่จะทำงานในที่เดิมมานานๆ มีแนวคิดในการสร้างสมดุลในชีวิต และหน้าที่การงาน โดยต้องการใช้ชีวิตสบายๆไปพร้อมกับค่าตอบแทนสูง

2.1.3 ทักษะ

ทักษะ คือ ผลรวมของความเชื่อและการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ซึ่งนำไปสู่แนวโน้มที่จะกระทำ ซึ่งวิธีการที่แต่ละคนคิด รู้สึก และการกระทำต่อสภาวะแวดล้อม หรือปริมาณของความรู้สึก (Affect of Feeling Quantity) ทั้งทางบวกและทางลบที่มีต่อสิ่งที่มีกระตุ้นต่างๆ (Stimuli) หรือเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Predisposition) ในการตอบสนองต่อวัตถุใดๆ (Object) ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย (Consistent) (พัชรา ตันติประภา, 2553; สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548) รวมถึงเป็นแกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบบุคคล กลุ่มสถานการณ์ สิ่งของรวมทั้งความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น และมีความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Mowen, 1998; Schiffman and Kauk, 1994; เสรี วงษ์มณฑา, 2542; อุดลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550)

สรุป ทักษะ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล เป็นผลรวมของความเชื่อและการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งทางบวกและทางลบ เป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อวัตถุใดๆ ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวความคิดเรื่องเจนเนอเรชัน

(ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547) แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันตามมุมมองในเชิงการตลาด โดยแบ่งคนที่มีอายุตั้งแต่ 18-63 ปี เพื่อทำความเข้าใจ และหาคำอธิบายถึงคนเหล่านั้นในเชิงจิตวิทยา ให้ลึกซึ้งและชัดเจนว่าตัวตนของคนเหล่านั้นเป็นใคร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1.1 Boomers หมายถึง ผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1946-1964 จากการที่ต้องเติบโตขึ้นมาในยุคที่เพิ่งฟื้นตัวจากสงครามโลก Boomers จึงต้องทำงานเหนื่อยมาตลอดชีวิต ทำให้เป็นนักต่อสู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง เชื่อว่ามนุษย์ควรทำตามกฎระเบียบ ยอมแพ้ที่จะต้องวิ่งไล่ล่าเทคโนโลยี มีมุมมองของโลกที่ลึกซึ้งแต่อาจไม่กว้าง คนรุ่นนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี โดยส่วนน้อยที่จบปริญญาตรีได้นั้นมักเป็นผู้ที่มีฐานะทางบ้านค่อนข้างดี มีทัศนคติในการให้ความเคารพ และให้เกียรติต่อผู้สูงอายุ นิยมการสื่อสารแบบเห็นหน้าตัวต่อตัว แม้ว่าคนกลุ่มนี้จะเริ่มสูงวัย แต่นักการตลาดทั้งหลายก็ไม่เคยละเลย เพราะเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่สุดในปัจจุบันนี้เป็นผู้ที่

มีเงินออม มีรายได้ที่มั่นคง มีกำลังซื้อพร้อมที่จะใช้จ่ายสำหรับสิ่งที่คุณเห็นว่าเหมาะสมเพื่อความสุข สุขภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว งานอดิเรกเพื่อสนองความต้องการส่วนตัว เป็นต้น เนื่องจาก Boomers ส่วนหนึ่งยังยอมรับไม่ได้ที่จะถูกเรียกว่าเป็นผู้สูงอายุ ใช้ชีวิตผ่านไป วันๆ โดยมีหน้าที่เลี้ยงหลานหรืออยู่โยงเฝ้าบ้านเหมือนกับสมัยที่พ่อแม่ของตนเคยทำมาก่อนหน้านี้ แต่กลับออกมาทำงานโลดโผนในวงการต่างๆ ในฐานะนักการเมือง อาจารย์บรรยายพิเศษ เป็นที่ปรึกษาหรือ ผู้ทรงคุณวุฒิในบริษัทต่างๆ และใช้ชีวิตแต่ละวันวุ่นวายไม่ต่างจากเมื่อ 5-10 ปีก่อน

2.2.1.2 Generation X หมายถึงผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1960-1970 เป็นผู้ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการมากกว่าการเป็นพนักงานบริษัทตลอดชีวิตมีความคิดสร้างสรรค์ ทำงานหนัก มุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์กรที่คุณทำงานด้วย แม้จะมีความภักดีต่อองค์กรน้อยกว่าผู้อาวุโสอื่นๆ ทั้งนี้เพราะคนกลุ่มนี้เคยมีประสบการณ์ได้เห็น ได้สัมผัสผู้ใหญ่ที่รู้จักที่เคยโดนลดเงินเดือน หรือให้ออกจากงานเมื่อภาวะเศรษฐกิจไม่ดีต่างๆ ที่ผู้ใหญ่เหล่านั้นเป็นคนที่ทุ่มเททำงานให้กับบริษัทอย่างภักดีมาตลอด จึงทำให้คนกลุ่มนี้มองโลกและอนาคตในแง่ร้าย คำนึงต่อสู้อุปสรรคเพื่อตัวเอง และสร้างจุดยืนของตนเองที่แตกต่างให้โดดเด่นเหนือผู้อื่น จะมีจริยธรรมในการทำงานตรงเท่าที่ความสัมพันธ์เป็นไปในลักษณะผลประโยชน์ต่างตอบแทน ต้องการความก้าวหน้า ต้องการรู้ว่าตนมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดในองค์กร ต้องการให้มีการประเมินผลงานและความสามารถของตนเองอยู่เสมอ แต่คนกลุ่มนี้ก็ยังคงไหลในความสำเร็จน้อยกว่า Boomers ให้ความสำคัญต่อผลตอบแทนในรูปตัวเงิน เพราะต้องการความมั่นคงด้านการเงิน ต้องการที่จะทำงานในสภาพแวดล้อมที่มั่นคง มีระบบ มีหลักการมีเป้าหมาย มีแนวทางการทำงานที่ชัดเจน ต้องการให้มีผู้คอยชี้แนะในการทำงาน หลายคนที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญหลายๆ ระดับ สามารถให้คำแนะนำเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงานอย่างเป็นทางการมากกว่าแบบไม่เป็นทางการ ต้องการให้ฝ่ายบริหารคอยกระตุ้น และให้คำแนะนำในการทำงานแบบภาพรวมที่เกี่ยวข้องกันทั้งหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัว แม้ว่าคนกลุ่มนี้จะดูเหมือนเป็นคนขี้สงสัยในสิ่งต่างๆ รอบตัวในที่ทำงาน ทำทฤษฎีความคิดผู้สูงอายุและหมิ่นผู้ที่อยู่ในอำนาจ การจะหักล้างความคิดต้องอาศัยเหตุผลที่เหนือกว่า ไม่ใช่ใช้ความเป็นผู้สูงอายุกว่า แต่ก็เป็นผู้ที่องค์กรต้องการเพราะเป็นคนที่ทำงานดี ขยัน มีความยืดหยุ่น ทำงานโดยหวังผล ทำงานได้อย่างอิสระ ทำงานแบบกำหนดแนวทางได้เอง นิยมการสื่อสารทุกรูปแบบ แต่ก็ชื่นชอบการสื่อสารแบบเห็นหน้าตัวต่อตัวมากกว่า มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างดี และยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในโลกแห่งการทำงานได้ดี หากได้รับการชี้แนะและการกระตุ้นจากผู้บริหารที่ดี คนกลุ่มนี้จะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างดี คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี เป็นผู้ที่มีความตระหนักรู้ในตนเองสูง จึงทำให้เป็นผู้ที่มีความตระหนักรู้ในตราสินค้าที่หลากหลายสูงตามไปด้วย เพราะตราสินค้าเป็น

สิ่งที่สะท้อนตัวตนได้ดีที่สุด ทักษะคิดที่มีต่อพ่อแม่เป็นความรู้สึกแบบห่างเหิน จะใช้วิธีการปลีกตัวออกจากสังคมในการแก้ปัญหาหรือต่อต้านสิ่งที่ไม่เห็นด้วย ถึงแม้ว่าคนกลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กที่สุดก็ตาม แต่ก็มี Generation X กลุ่มหนึ่งที่มีพฤติกรรมโดดเด่นในฐานะลูกค้าแถวหน้า และเป็นเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ที่น่าจับตามองเช่นกัน จึงทำให้นักการตลาดหลายคนหันมาให้ความสำคัญกับคนกลุ่มนี้ และค้นหาวิธีทำตลาดด้วยวิธีการเฉพาะ

2.2.1.3 Generation Y หมายถึงผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1971-1980 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างต่ำแทบทุกคน และคิดว่าการจบปริญญาโทมีความสำคัญเท่าๆ กับการจบปริญญาตรีของ Generation X เพิ่งเริ่มต้นทำงานในบริษัทได้ไม่นาน เป็นกลุ่มคนที่ช่างสงสัย มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคนรุ่นก่อนหน้า แต่ก็เป็นคนรุ่นใหม่ที่อารมณ์ดี มองโลกในแง่ดี นิยมการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าและไม่ใช้เสียง มักจะมีทัศนคติต่อผู้สูงอายุแบบที่ไม่ให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ มองผู้สูงวัยไม่ว่าจะเป็นผู้ปกครอง เจ้านายในที่ทำงาน หรือแม้แต่ผู้บริหารประเทศว่ามีความคิดล้าสมัย คนกลุ่มนี้จะมีความคิดและพฤติกรรมสับสน ไม่แน่ใจว่าแบบแผนการดำรงชีวิตที่ดีควรจะเหมือนคนรุ่นก่อนกลุ่มไหนดีไปกว่ากัน มีมุมมองของโลกกว้างกว่าคนรุ่นก่อนแต่ไม่ลึกซึ้งเท่า เพราะเติบโตมาในยุคที่อินเทอร์เน็ตพัฒนาการเข้าสู่จุดสูงสุด ทำให้มีข้อมูลและระบบการคิดที่สมบูรณ์กว่า ยืนอยู่บนโลกของความเป็นจริง เชื่อในทางเลือกที่หลากหลาย และจะไม่ยึดติดกับทางเลือกหรือวิธีการเดิมๆ ที่เคยนำความสำเร็จมาให้ Boomers และ Generation X ทั้งนี้เป็นผลมาจากความอิสระทางการศึกษา การสื่อสาร การเลือกอาชีพ และการเลือกเพศ เป็นต้น ซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้ไม่ยึดติดกับตราสินค้าเหมือน Generation X แต่เน้นคุณค่าที่จับต้องได้ มีความทันสมัยแปลกใหม่ และตรงใจ เป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่รองเป็นอันดับ 2 ที่กำลังค้นหาความเป็นตัวของตัวเอง มักใช้พฤติกรรมก้าวร้าวเป็นวิธีการแก้ปัญหาหรือต่อต้านสิ่งที่ไม่เห็นด้วย มีความผูกพันใกล้ชิดกับพ่อแม่ และสมาชิกในครอบครัวมากกว่า Generation X หลายคนยังชอบใช้ชีวิตแบบเด็กไม่ยอมโตเพราะเติบโตมาอย่างมีความสุขในบ้านที่อบอุ่น ได้รับความรักและการตามใจแต่เยาว์วัยเข้าใจความรักและความห่วงใยของพ่อแม่ และมีความเชื่อว่าพ่อแม่คือที่พึ่งในทุกกรณีที่เคยเจอ

2.2.1.4 Millennial หมายถึงผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1981-1987 เป็นคนสายพันธุ์ใหม่ที่มีความคิด และวิถีชีวิตโดดเด่นแตกต่างจากคนเจนเนอเรชันก่อนอย่างสิ้นเชิง ส่วนหนึ่งกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ส่วนหนึ่งเพิ่งจบการศึกษาและเริ่มทำงานได้ประมาณคนละ 1-4 ปี ส่วนหนึ่งเริ่มต้นทำธุรกิจของตนเอง เป็นผู้ที่มีความรอบรู้หลายด้าน เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยี นิยมการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าและไม่ใช้เสียง เป็นกลุ่มคนที่มีความละเอียดอ่อนเรื่องอัตลักษณ์ เชื่อมมั่นในพลังของตนเอง ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริงกล้าแสดงออก เป็นนักล่าฝัน รักครอบครัว เคารพให้เกียรติบุพการีและผู้อาวุโสตามแบบฉบับการ

แสดงออกของตนเอง เป็นเจ้าของชีวิตและเป็นผู้ครองอำนาจตัดสินใจเลือกทุกอย่างด้วยตัวเอง นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ตัดสินใจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อย่างสมบูรณ์แบบไม่ว่าจะเป็นข้าวของเครื่องใช้สำหรับครอบครัวหรือสำหรับตัวเอง และอุปกรณ์สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตทุกอย่าง

(ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2548) ได้สรุปไว้ว่า การศึกษาคนตามเจเนอเรชันนั้นเกิดจากสมมติฐานทางสังคมวิทยาที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) Life Stage หมายถึง การเชื่อว่าผู้ที่เดินทางผ่านแต่ละช่วงเวลาของชีวิตจะมีการเปลี่ยนแปลงในความคิดและพฤติกรรม ซึ่งก็คือการเชื่อว่าคนๆ เดียวกันเมื่ออายุเปลี่ยนไปย่อมคิดไม่เหมือนเดิม 2) Current Conditions หมายถึงการเชื่อว่าสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จะเป็นตัวแปรกำหนดความคิดและพฤติกรรม 3) Cohort Experience หมายถึง ประสบการณ์ร่วมกันในอดีตเมื่อวัยเดียวกัน จะทำให้คนอายุกลุ่มเดียวกันคิดอ่านใกล้เคียงกัน เมื่อรวมสามตัวแปรนี้เข้าด้วยกันจึงทำให้เชื่อได้ว่าคนอายุกลุ่มเดียวกันย่อมมีพื้นฐานความคิดบางอย่างที่เหมือนกัน แต่ก็สามารถมีพฤติกรรมต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะพัฒนาการทางความคิดทำปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและตัวตนภายในของผู้บริโภคคนนั้นๆ

นักเขียน นักการตลาด และนักบริหารที่ทำการศึกษเกี่ยวกับเจเนอเรชัน ได้ให้แนวคิดตามมุมมองของแต่ละสาขาวิชาไว้แตกต่างกันไป ดังนี้

(Zemke et al., 2000) ได้ให้แนวคิดไว้เกี่ยวกับเจเนอเรชันตามมุมมองในเชิงสังคมวิทยา โดยจัดแบ่งกลุ่มผู้ปฏิบัติงานออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Veterans หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1922-1943 เป็นผู้ที่เกิดก่อนหรือเกิดระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 (ค.ศ. 1937-1945) โดยเฉพาะผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1920-1930 เป็นช่วงเวลาแห่งความทุกข์ยากลำบากอย่างแสนสาหัส จึงเป็นคนกลุ่มแรกสุดที่ซึมซับความทรงจำและรับอิทธิพลจากเหตุการณ์ต่างๆ ของโลกเอาไว้ ทำให้เป็นผู้เคารพในกฎเกณฑ์ มีวินัย เชื่อในสิ่งที่เป็นความจริงเท่านั้น จงรักภักดีต่อองค์กร เป็นที่พึ่งพาได้ ยึดติดกับจรรยาบรรณ รักงาน และมองการทำงานเป็นสิ่งที่ทำให้มีเกียรติ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่ให้ความเคารพผู้นำและสถาบัน ขอมปฏิบัติตามคำสั่งหรือการควบคุมโดยผู้นำที่มีอำนาจเพียงคนเดียวเหมือนอย่างทหารเชื่อมั่นในความสำเร็จด้วยการทำงานเป็นทีม เป็นคนหัวแข็ง เชื่อมั่นในความคิดของตนเอง ยินดีทำงานหนัก โดยแยกชีวิตการทำงานกับครอบครัวออกจากกัน ต้องการร่วมงานกับองค์กรที่มีความมั่นคง เช่น บริษัทใหญ่ๆ หรือหน่วยงานของรัฐ เป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่สามารถเรียนรู้ได้ และชอบการสนทนาแบบตัวต่อตัว

2. Baby Boomers หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1943-1960 เป็นผู้ที่เกิดในระหว่างหรือหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 หรือคนรุ่นเก่า ซึ่งเติบโตขึ้นมาในยุคที่เต็มไปด้วยโอกาสและความเจริญก้าวหน้า จึงเป็นมุมมองโลกในแง่ดี พ่อเป็นผู้ที่ออกไปทำงานนอกบ้านเพียงคนเดียว โดยมีแม่อยู่บ้านคอยเลี้ยงดู ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะคนรุ่นนี้จะเป็นที่รักและเป็นสิ่งทดแทนการสูญเสียสมาชิกคนอื่นๆ ไปในระหว่างสงครามโลก ทำให้รับรู้ว่าเป็นบุคคลสำคัญของทั้งครอบครัวและสังคม มีความเป็นตัวของตัวเอง เรียนรู้การทำงานเป็นทีม เห็นงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การพิสูจน์ตนเองด้วยผลงาน ร่วมงานได้กับองค์กรทุกประเภทธุรกิจและอุตสาหกรรมไม่ว่าขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ได้ แต่ขอให้มีความเป็นประชาธิปไตย มีความปลอดภัย มีโอกาสในการศึกษาต่อได้ เป็นคนบ้างาน และให้ความสำคัญกับงานมาก่อนครอบครัว มีความรู้ด้านเทคโนโลยีไม่มาก แต่มีความสามารถในการพัฒนาได้ การทำงานจะยึดถือความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับผู้ร่วมงานทุกคน ปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมและยุติธรรม นิยมการแบ่งความรับผิดชอบให้ผู้นำหลายๆ คนร่วมกันบริหารงาน เป็นผู้ร่วมทีมงานที่ดี เมื่อมีปัญหาความขัดแย้งเกิดขึ้นมักจะมี 2 ทางเลือกเท่านั้นคือหนี หรือสู้ คนรุ่นนี้ในครั้งแรกคือผู้ที่เกิดในปี ค.ศ. 1940-1950 จะยึดถืออุดมคติ บ้างาน และประสบความสำเร็จในด้านเศรษฐกิจมากกว่าคนในครั้งหลัง หรือผู้ที่เกิดในปี ค.ศ. 1950-1960 โดยผู้เป็นพ่อในกลุ่มคนครั้งแรกดังกล่าวแล้วนั้นจะมีเวลาให้กับลูกน้อยกว่าผู้ที่เป็นพ่อในกลุ่มคนครั้งหลังด้วย

3. Xers หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1960-1980 เป็นผู้ที่เกิดหลังความยากลำบากของกลุ่ม Baby Boomers ผ่านไป หรือคนรุ่นกลางที่อยู่ภายใต้ร่มเงาของ Baby Boomers เป็นระยะเวลายาวนาน จึงไม่มีใครสนใจหรือคำนึงถึงความสำคัญจนมีบางคนเรียกคนรุ่นนี้ว่าเป็น lost generation อัตราการเกิดลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากการคุมกำเนิด อัตราการหย่าร้างพุ่งสูงขึ้น พ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านทั้ง 2 คน เพราะรายได้จากพ่อเพียงคนเดียวไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เด็กที่เลิกเรียนกลับบ้านมาจึงไม่มีคนดูแลเพราะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น แม้แต่บริษัทภัยใหญ่ต่างๆ ต้องประกาศให้มีการปลดพนักงาน ลดจำนวนพนักงาน หรือแม้แต่ลดเวลาการทำงานต่อวันลง ทำให้คนรุ่นนี้มีความรู้สึกที่ถูกทอดทิ้ง และโยยหาความรักความอบอุ่นจากครอบครัว ต้องพึ่งพาตนเอง ชีระแวง ช่างสงสัย มองโลกในแง่ร้าย ในการทำงานมีความคิดว่างานก็คืองานเท่านั้น ไม่จรรู้สึกดีหรือผูกพันกับองค์กร ต้องการความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชอบทำงานเกินเวลาหรือมากกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เป็นคนหัวแข็ง ไม่ค่อยสุขภาพ ไม่ตรงต่อเวลา ไม่ชอบทำงานในองค์กรที่กำหนดเวลาเข้างานและเลิกงานตายตัว ชอบแต่งกายตามสบายไม่ชอบการใช้อำนาจหรือทำงานตามคำสั่ง แต่จะเลือกทำในสิ่งที่ตัวเองคิดว่าใช่หรือถูกต้องโดยใช้เหตุผลและยึดประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้ง ไม่ให้ความเคารพผู้อาวุโสหรือผู้นำเหมือนที่ Veterans และ Boomers

ให้ความนับถือ ไม่ชอบการทำงานแบบมีระเบียบพิธีรีตองตามลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา เพราะเห็นว่าอึดอัดเสียเวลารอคอยการตัดสินใจ มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี สามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน ชอบใช้การติดต่อสื่อสารผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ต้องการร่วมงานกับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ชอบการทำงานเป็นทีม หากจำเป็นต้องทำงานเป็นทีม พอใจที่จะให้มีสมาชิกไม่เกิน 3 คน โดยขอเป็นผู้เลือกทีมงานเองแบบไม่มีผู้นำ แต่ร่วมกันออกความเห็นและช่วยกันทำงาน ต้องการสวัสดิการพิเศษนอกเหนือจากเงินเดือน เช่น รถรับส่ง การรับเลี้ยงเด็กการอบรมทักษะด้านภาษา และเงินกู้ เป็นต้น

4. Nexters หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-2000 หรือคนรุ่นใหม่ที่เกิดจากพ่อแม่ที่เป็น Baby Boomers และ Xers ช่วงต้นๆ ที่มีอายุประมาณ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งก็คือช่วงเวลาในปัจจุบันที่มีการเจริญเติบโตทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ อย่างมากมาย ซึ่งถือกันว่าเป็นช่วงเวลาที่มึบรยากาศของการมองโลกในแง่ดียุคใหม่ คนรุ่นนี้จึงเป็นคนที่มีมองโลกในแง่ดีทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพราะได้รับการเลี้ยงดูอย่างประคบประหงม มีความเชื่อมั่นในตัวเองมากกว่าคนรุ่นก่อนหน้านี้ ประมาณ 1 ใน 3 เป็นลูกคนเดียวของครอบครัว มีผู้กล่าวว่าถ้า Xers ถูกเปรียบให้เป็น lost generation แล้ว สำหรับ Nexters ก็คงจะเป็น found generation เพราะพ่อแม่ทุ่มเทให้ทั้งการศึกษา การสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับความสามารถพิเศษทุกอย่าง ทำให้มีความรู้มากมายทั้ง การอ่าน การเขียน การคำนวณ การร้องเพลง การเต้นรำ การกีฬา และอินเตอร์เน็ตมีการศึกษาสูงมากกว่ารุ่นพ่อแม่ พ่อแม่ในรุ่น Boomers และ Xers ต่างได้รับการเลี้ยงดูมาในแบบที่ตัวเองคิดว่าไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่และให้อิสระเท่าที่ควร จึงต้องการชดเชยให้กับ Nexters ที่เป็นลูกของตัวเองอย่างเต็มที่ จึงมีบางคนกล่าวว่าพ่อแม่ของคนรุ่นนี้เลี้ยงลูกแบบตามใจ ให้อิสระและปกป้องคุ้มครองมากเกินไป คนรุ่นนี้เกิดมาพร้อมกับเครื่องอำนวยความสะดวกทุกอย่างจนมีความรู้สึกว่าเทคโนโลยีเป็นเรื่องธรรมชาติที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด ทำให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสูง เป็นพวกวัตถุนิยม และเกิดมาในยุคที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรมจากคนหลายเชื้อชาติ ทำให้เป็นคนที่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นมากกว่าคนทุกรุ่นที่ผ่านมา มีจิตใจในการทำงานเป็นทีม เพราะคิดว่าทีมหมายถึงทุกคน มีความรู้สึกกับ Boomers ดีกว่าที่ Xers มีแต่ชอบ Veterans มากกว่า โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของความซื่อสัตย์และความซื่อตรงเป็นอย่างมากมีความสามารถในการปรับตัว หรือมีความยืดหยุ่นเป็นจุดแข็งที่สุด มีทัศนคติในการทำงานที่ดีเพราะคิดว่าทุกอย่างสามารถทำได้ ต้องการร่วมงานกับองค์กรธุรกิจ การศึกษา การแพทย์คอมพิวเตอร์ กฎหมาย และ จิตวิทยา เป็นต้น คนรุ่นนี้มีบุคลิกภาพที่คล้าย Veterans หลายอย่างคือ เชื่อมั่นในความสำเร็จด้วยการทำงานเป็นทีม มองอนาคตในแง่ดี เชื่อถือในอำนาจส่วนกลางมีความตั้งใจที่จะทำงานให้สำเร็จ ยินดีทำงานหนัก และยอมเสียสละความสุขส่วนตัว

เพื่อให้มองเห็นภาพ และเข้าใจถึงวิธีการมองโลกของคนแต่ละเจนเนอเรชันได้อย่างชัดเจนมากขึ้น จึงสรุปรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงวิธีการมองโลกของคนแต่ละเจนเนอเรชัน

ด้าน	Veterans	Boomers	Xers	Nexters
ทัศนคติ	ยึดหลักความจริง	มองโลกในแง่ดี	จี้ระแวงสงสัย	เต็มไปด้วยความคาดหวัง
จริยธรรมในการทำงาน	อุทิศและเสียสละ	ผลักดันให้สำเร็จลุล่วง	ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว	ตั้งใจมุ่งมั่น
มุมมองเกี่ยวกับผู้มีอำนาจ	ให้ความเคารพ	รัก / เกลียด	ไม่ประทับใจ	เป็นบุคคลที่มีความสุภาพ
ลักษณะผู้นำ	ตามลำดับชั้น บังคับบัญชา	ตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่	ตามความรู้ ความสามารถ	ร่วมแรงร่วมใจทุกคน
การมีความสัมพันธ์ส่วนบุคคล	ไม่นิยม	มีความพึงใจ	ไม่ค่อยเต็มใจยอมรับ	มีความสำคัญกับทุกด้านของชีวิต
การแตกแถวของคนในกลุ่ม	เป็นเรื่องที่ต่ำช้า	เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง	เป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้น	เป็นเรื่องที่ยอมรับไม่ได้

ที่มา: Zemke et al., 2000

2.2.2 ทฤษฎีความต้องการ

มนุษย์ทุกคนมีความต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีนำมาซึ่งความสุขทั้งกายและใจ ความสุขทางกาย คือ การมีหรือได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านอาหาร เสื้อผ้าที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เครื่องมือเครื่องใช้เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ พอสสมควร และทางจิตใจ คือการมีความรักความอบอุ่นและความมั่นคงทางจิตใจได้รับการยอมรับและถูกยกย่องจากบุคคลอื่น ความสุขหรือความพึงพอใจในชีวิตของคนจะเกิดขึ้นได้เมื่อคนนั้น ได้รับการตอบสนองความต้องการของตน ดังรายละเอียดทฤษฎีความต้องการ ดังนี้

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) ความต้องการนั้นจะเพิ่มระดับขึ้นตามขั้นความต้องการ 5 ขั้น เรียกลำดับความต้องการนี้ว่า “Hierarchy of Needs” ซึ่งความต้องการจะเรียงลำดับจากระดับขั้นพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542; อนิษฐา แก้วจำนงค์, 2552)

ขั้นที่ 1 ความต้องการขั้นพื้นฐาน (Physiological Needs) คือเป็นความต้องการด้านร่างกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหารอากาศ น้ำและที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการลำดับที่สองของ Maslow จะถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ ความมั่นคงในการทำงาน

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) คือ ความต้องการระดับที่สาม โดยความต้องการทางสังคม หมายถึง ความต้องการที่จะเกี่ยวพัน การมีเพื่อนและการถูกยอมรับโดยบุคคลอื่น เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม

ขั้นที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) คือ ความต้องการระดับที่สี่ เป็นความต้องการที่จะให้ผู้อื่นยกย่องสรรเสริญตัวเอง มีความภาคภูมิใจในสถานภาพทางสังคม ต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่น

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) คือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการโอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์ภายในงาน หรือพวกเขาอาจต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ ซึ่งความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเองด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะและศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ทำทลายความสามารถของพวกเขาการเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่

ตามทฤษฎีการจัดลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) มาสโลว์ ได้อธิบายว่า ทำไมคนเราจึงถูกผลักดันโดยความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่งทำไมคนเราจึงใช้เวลาและสิ่งที่มีอยู่ไปกับเรื่องความปลอดภัยในชีวิตหรือการให้คนอื่นมาเคารพนับถือมาสโลว์ได้ตอบคำถามเหล่านี้ว่าความต้องการของมนุษย์มีการจัดเป็นลำดับขั้นโดยตนเอง ตั้งแต่สิ่งที่มีความกดดันมากที่สุดจนน้อยที่สุด โดยเรียงจากลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการให้ได้รับการยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ความต้องการที่สำคัญที่สุดจะได้รับการตอบสนองก่อนเมื่อบุคคลนั้นได้ตอบสนองความต้องการที่สำคัญบางส่วนนั้นแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปอีก หรือความต้องการที่สำคัญรองลงมา ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Kotler & Armstrong, 2004)

ความต้องการที่จะเป็นคน โดยสมบูรณ์ จากลำดับชั้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้จำแนกความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความต้องการพื้นฐาน คือ ความต้องการที่ผู้สูงอายุทุกคนแสวงหาไม่ว่าจะอยู่ในสังคมวัฒนธรรมใด กล่าวคือ ผู้สูงอายุพยายามมีชีวิตอยู่นานเท่าที่จะเป็นไปได้พยายามรักษาพลัง และศักยภาพทางร่างกายและทางสมองให้คงอยู่มากที่สุด และใช้ประโยชน์จากพลังกายและศักยภาพดังกล่าวอย่างสูงสุดเท่าที่จะทำได้ และพยายามป้องกันร่างกายไว้ซึ่งสิทธิพิเศษที่เคยเป็นในชีวิตวัยต้นเช่น ความรู้ ความชำนาญ ทรัพย์สินสมบัติเกียรติคุณและอำนาจ

2. ความต้องการขั้นสูง คือ ความต้องการซึ่งมีลักษณะเปลี่ยนแปลงง่าย อาจเป็นความต้องการเฉพาะหน้าหรือระยะยาว หรือเป็นจุดหมายปลายทางของผู้สูงอายุ และเป็นความต้องการที่สอดคล้องกับลักษณะสังคม วัฒนธรรมของผู้สูงอายุ เช่น ในสังคมตะวันตกผู้สูงอายุอาจมีความต้องการที่สอดคล้องกับวัย มีรายได้พอใช้จ่ายมีบริการสุขภาพที่รัฐจัดให้ มีบ้านพักอาศัย ฯลฯ ขณะที่ในสังคมไทย ความต้องการเหล่านี้อาจจะไม่ใช่สิ่งสำคัญเท่ากับการได้รับการดูแลเอาใจใส่จากบุตรหลานและครอบครัว เป็นต้น ความต้องการขั้นสูงนี้เทียบเท่ากับความต้องการระดับที่ 4 และ 5 ของความต้องการ 5 ชั้นของมาสโลว์ ซึ่งเป็นความต้องการการเคารพยกย่องและความต้องการที่จะเป็นคน โดยสมบูรณ์ สำหรับผู้สูงอายุ ความต้องการนี้ควรจะเป็นการได้มีโอกาสและสิทธิที่จะศึกษาและค้นพบคุณค่าของชีวิต ให้ผู้สูงอายุได้ใช้ชีวิตที่เหลืออยู่อย่างมีความหมาย จะทำให้เกิดความพอใจในชีวิตผู้สูงอายุ เมื่อความตายมาถึงก็จะเป็นความตายน่ายินดี และเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของเขาซึ่งในการศึกษานี้ หมายถึง ความต้องการขั้นสูง

(Alderfer, 1969) ทฤษฎีความต้องการของอัลเดอร์เฟอร์ เรียกว่า ทฤษฎี ERG (Existence Relatedness Growth Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงชั้นความต้องการว่า ความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการ

หลายๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERGจะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ (Ivancevich and Matteson, 2002) ดังนี้

1. ความต้องการที่จะดำรงชีวิต หรือความต้องการที่จะคงอยู่ (Existence Needs : E) คือ ความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้อมนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี เป็นความต้องการปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต เป็นความต้องการทางวัตถุดิบเดือน ประโยชน์ตอบแทน สภาพการทำงาน ปัจจัยอำนวยความสะดวกในการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness Needs: R) คือ ความต้องการที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ร่วมรับรู้และแบ่งปันความรู้สึกระหว่างกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs : G) คือ ความต้องการที่จะเจริญก้าวหน้าในการทำงาน ต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต สามารถทุ่มเทความรู้ ความสามารถของตนในการทำงานอย่างเต็มที่ และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเพิ่มขึ้นด้วย

(Klein, 1982) ทฤษฎีความต้องการของ Murray (Murray's Manifest Needs Theory) อธิบายว่าความต้องการของบุคคลมีความต้องการหลายอย่างในเวลาเดียวกันได้ ความต้องการของบุคคลที่เป็นความสำคัญ เกี่ยวกับการทำงานมีอยู่ 4 ประการ คือ Murray ได้สร้างทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ขึ้นมา โดยถือว่าความต้องการเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เกิดแรงขับหรือแรงจูงใจ ซึ่งเป็นผลให้อมนุษย์แสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่จะนำไปสู่เป้าหมาย Murray เป็นบุคคลแรกที่ทำให้ความสนใจกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในฐานะเป็น 1 ใน 28

แรงจูงใจหรือความต้องการที่สำคัญของมนุษย์ ซึ่งได้รับความสนใจนำไปศึกษาต่ออย่างกว้างขวางความต้องการทั้ง 28 ประการ มีดังนี้

1. ความต้องการแสวงหาทรัพย์สินสมบัติ (Acquisition)
2. ความต้องการเก็บรักษาและซ่อมแซมสิ่งต่างๆ (Conservancy)
3. ความต้องการเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดหมดจด (Order)
4. ความต้องการเก็บรักษาหวงแหน (Retention)
5. ความต้องการการก่อสร้างสิ่งต่างๆ (Construction)
6. ความต้องการความเหนือกว่า ดีกว่า (Superiority)
7. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Achievement)
8. ความต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือ (Recognition)

9. ความต้องการแสดงอวดคนให้ผู้อื่นประทับใจ (Exhibition)
10. ความต้องการการยอมทำตามผู้อื่นที่เหนือกว่า (Defence)
11. ความต้องการหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (Infavoidance)
12. ความต้องการเลี่ยงความเจ็บปวด (Harmavoidance)
13. ความต้องการป้องกันตนเองมิให้ถูกตำหนิ (Dependence)
14. ความต้องการตอบโต้ (Counteraction) ต้องการเอาชนะความอ่อนแอ และเก็บกดความกลัว ความต้องการชนะความล้มเหลว
15. ความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (Dominance)
16. ความต้องการแตกต่างจากผู้อื่น (Deference)
17. ความต้องการเลียนแบบผู้อื่น (Similance)
18. ความต้องการความเป็นอิสระ (Autonomy)
19. ความต้องการรักษาชื่อเสียงและศักดิ์ศรีของตน (Contrariness)
20. ความต้องการที่จะก้าวร้าว ทำร้ายผู้อื่น (Aggression)
21. ความต้องการเข้าใจ (Understanding) ต้องการที่จะสามารถถามหรือตอบคำถามทั่วไป และความสนใจในทฤษฎี
22. ความต้องการยอมสยบ ยอมรับโทษ (Abasement) เป็นความต้องการที่รวมไปถึงการยอมรับการวิพากษ์วิจารณ์ การลงโทษ ความยอมต่อผลกรรมของตน
23. ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น และต้องการใกล้ชิดกับผู้ที่ตนเองรักใคร่ ชอบพอ (Affiliation)
24. ความต้องการกีดกันผู้อื่น (Rejection) ความต้องการแยกตนเองออกจากสิ่งที่จะทำให้เกิดผลทางลบ
25. ความต้องการที่จะปกป้องคุ้มครองรักษาผู้อื่น หรือต้องการช่วยเหลือผู้อื่น (Nurturance)
26. ความต้องการได้รับความช่วยเหลือและเห็นใจ (Succorance)
27. ความต้องการทำสิ่งสนุกสนานโดยไม่มีจุดประสงค์ (Play)
28. ความต้องการอยากรู้อยากเห็น (Cognizance)

Murray รวบรวมความต้องการเหล่านี้มาจากประสบการณ์ในการรักษาคณเฑาะว์ และการสังเกตของเขาเขามีได้รวบรวมความต้องการเหล่านี้จากการค้นคว้าวิจัยในสภาพความเป็นจริงตามธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตามความต้องการเหล่านี้ก็ได้รับความสนใจมาเป็นเวลานาน ถึงแม้จะมีความต้องการบางอย่างที่ขัดกันในตัว เช่น ความต้องการเลียนแบบผู้อื่นกับความต้องการเป็นตัวของตัวเอง

หรือมีข้อสงสัยว่าทุกคนจะต้องมีความต้องการทั้ง 28 อย่างหรือไม่ก็ตาม และเขาได้ใช้ TAT (Thematic Apperception Test) ในการศึกษาความต้องการเหล่านี้ ซึ่งเขามองในแง่ของบุคลิกภาพ เนื่องจากเขาเชื่อว่าการประเมินบุคลิกภาพต้องดูโดยรวม ไม่สามารถ แบ่งแยกให้ขาดออกจากกันหมดได้

ทฤษฎีความต้องการของ Mc Clelland เป็นทฤษฎีที่ได้กล่าวเน้นถึงความต้องการของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการเฉพาะอย่างมากกว่าความต้องการอื่น ในช่วงปีค.ศ. 1940 McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test : TAT) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการ ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคล (พิทยา บวรวัฒนา, 2544; บริษัท เอช อาร์ ดี กรุ๊ป จำกัด, 2553) ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement: nAch) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ บุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูง (nAch Person) จะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเลือก ทำงานที่มีลักษณะท้าทายให้บังเกิดผลดีเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวดังนี้

1.1 ชอบสถานการณ์ที่ทำให้ตนมีโอกาสได้รับผิดชอบต่อผลงานที่ออกมาโดยตรง จึงไม่ชอบงานที่สถานการณ์เอื้อให้เกิดความสำเร็จได้โดยบังเอิญ เพราะถือว่าทำให้ตนพลาดโอกาสที่จะเรียนรู้ต่อการสร้างความสำเร็จด้วยตนเอง

1.2 ชอบตั้งเป้าหมายการทำงานในระดับที่ยากปานกลาง มีความเสี่ยงแต่อยู่ในวิสัย คาดว่าจะสำเร็จได้ทั้งนี้ เพราะเห็นว่าการสำเร็จที่มาจากเป้าหมายง่ายๆ ไม่มีประโยชน์อะไร ขณะเดียวกันถ้ากำหนดเป้าหมายยากเกินไปก็อาจพบความสำเร็จได้น้อยมาก ความเสี่ยงต่อความสำเร็จจึงเป็นเครื่องจูงใจสำหรับผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง (nAch Person)

1.3 ต้องการได้ข้อมูลป้อนกลับจากการทำงานของตน ทั้งนี้เพราะต้องการใช้ข้อมูลป้อนกลับเพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์ที่จะให้บรรลุเป้าหมายเพื่อให้นำทางในการไปสู่ความสำเร็จในครั้งต่อไป รวมทั้งเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จอีกด้วย

ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะมุ่งแข่งขันกับตนเองและผู้อื่นเพื่อให้ได้ผลงานดีขึ้น สนใจต่อการริเริ่มเป้าหมายที่แปลกใหม่และเป็นเป้าหมายระยะยาว โดยการกระทำดังกล่าวมิได้มุ่งหมายที่จะเอาใจใครหรือทำให้ใครเสียหาย แต่ที่ทำได้มุ่งตอบสนองแรงจูงใจภายในของตน ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูงตามทฤษฎีนี้จึงตรง

กับผู้มีความต้องการที่ได้ทำในสิ่งที่ตนปรารถนา (Self-Actualization) และผู้ที่มีความต้องการงอกงาม (Growth Needs) ในทฤษฎีของมาสโลว์และแอลเดอเฟอร์ตามลำดับ

2. ความต้องการความรักใคร่ผูกพัน (Need for Affiliation: nAff) เป็นผู้ที่มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการสร้างและรักษามิตรภาพ (nAff Person) ยึดมั่นต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ เป็นคนที่รักใคร่ ผูกพันต่อผู้อื่นและต้องการได้ผลตอบแทนทำนองเดียวกันจากผู้อื่น เป็นผู้มีความสามารถพิเศษในการสร้างเครือข่ายกับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว เก่งในการติดต่อสื่อสารด้วยรูปแบบวิธีการต่างๆ เป็นคนที่ชอบหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและแข่งขันกับผู้อื่น บางครั้งชอบผูกพันตนเองกับความต้องการของผู้อื่น ผู้มีความต้องการด้านความรักใคร่ผูกพันตามทฤษฎีนี้จึงตรงกับผู้มี ความต้องการเป็นสมาชิกของสังคม (Belonging Needs) และผู้มีความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) ของทฤษฎีมาสโลว์และทฤษฎีอีอาร์จีตามลำดับ

3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power : nPow) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง (nPow Person) มีความปรารถนาแรงกล้าที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ต้องการสร้างผลกระทบหรือสร้างความประทับใจต่อคนอื่น ผู้ที่ต้องการมีอำนาจสูงจะพยายามสร้างสถานการณ์ หรือสภาวะแวดล้อมทางสังคมขึ้น เพื่อให้ตนสามารถใช้อิทธิพลควบคุมกำกับผู้อื่น บางครั้งผู้ที่ต้องการมีอำนาจสูงยอมที่จะอยู่ในตำแหน่งที่เสี่ยงอันตรายสูง ประกอบกับการมีเกียรติยศ ศักดิ์ศรี อย่างไรก็ตามความต้องการอำนาจสูงเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน ด้วยเหตุที่อำนาจสามารถใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บางคนต้องการมีอำนาจเพื่อใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว ในขณะที่บางคนต้องการมีอำนาจเพื่อจะใช้ในการให้บริการแก่คนอื่น และทำประโยชน์แก่องค์กรได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความต้องการมีอำนาจสูงตามทฤษฎีนี้ค่อนข้างใกล้เคียงกับความต้องการได้ตั้งใจปรารถนา (Self-Actualization) ตามทฤษฎีมาสโลว์มากที่สุด

จากทฤษฎีนี้แมคเคลล์แลนด์คาดว่า คนจะเกิดแรงจูงใจเมื่อได้ค้นพบและทำงานที่ตรงกับความต้องการของตน กล่าวคือ คนที่มีความต้องการด้านความสำเร็จสูง (nAch Person) จะเหมาะกับงานด้านการตลาดหรือพนักงานขายหรือเป็นผู้ประกอบธุรกิจอิสระของตนเอง เนื่องจากงานเหล่านี้ต้องการได้ข้อมูลป้อนกลับ ต้องอาศัยความรับผิดชอบส่วนตัวสูง รวมทั้งเปิดโอกาสให้กำหนดเป้าหมายของงานได้เอง ส่วนผู้ที่มีความต้องการความรักใคร่ผูกพันสูง (nAff Person) มักมีแรงจูงใจต่องานประเภทงานบริการสังคม งานลูกค้าสัมพันธ์ เนื่องจากงานเหล่านี้จำเป็นต้องสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น และประการสุดท้าย สำหรับผู้ที่มีความต้องการอำนาจ (nPow Person) มีแรงจูงใจสูงที่ต้องการมีอิทธิพลและผลกระทบต่อผู้อื่น จึงเหมาะสำหรับงานหนังสือพิมพ์ หรืองานด้านบริหาร อย่างไรก็ตามจากผลงานวิจัยของแมคเคลล์แลนด์พบว่า ผู้บริหารที่มีประสิทธิผลที่สุด

ควรมีความต้องการการด้านความรักใคร่ผูกพันอยู่ในระดับต่ำ มีความต้องการด้านอำนาจสูง โดยมีความสามารถในการใช้อำนาจเพื่อเป้าหมายขององค์กรเป็นต้น

แมคเคล็ลแลนดอร์มัตระวังไม่ด่วนสรุปว่า ความต้องการของบุคคลมีความสอดคล้องกับพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะความต้องการเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งในหลายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม โดยปัจจัยอื่นที่มีส่วนสำคัญร่วมอยู่ด้วย เช่น ค่านิยม อุปนิสัย และทักษะของบุคคล ตลอดจน ปัจจัยแวดล้อมอื่นที่ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ผู้ที่มีความต้องการด้านความสำเร็จสูง ไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจสูงกว่าผู้ที่มีความต้องการด้านอื่นสูงเสมอไป ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีความต้องการด้านความรักใคร่ผูกพันสูง อาจมีผลงานเหนือกว่าผู้ที่มีความต้องการด้านความสำเร็จสูงเมื่อทำงานแบบทีม ซึ่งยึดเกณฑ์เรื่องมิตรภาพช่วยให้เกิดความร่วมมือที่ดี เป็นต้น

2.2.3 ทฤษฎีการตัดสินใจ

(นิตยาพร เสมอใจ, 2550) ผู้บริโภครูปแบบและขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน สำหรับสินค้าบางประเภท ผู้บริโภคอาจต้องใช้เวลาในการตัดสินใจนานและต้องการข้อมูลมาก ได้แก่ สินค้าราคาแพง อายุการใช้งานนานๆ ไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะถ้าเป็นสินค้าหรือบริการที่ไม่เคยใช้มาก่อน เช่น สถานศึกษา โรงพยาบาล รถยนต์ บ้าน รวมถึงประกันภัย เป็นต้น แต่สำหรับสินค้าบางประเภทกลับใช้เวลาสั้น ไม่ต้องการข้อมูลมากนักในการตัดสินใจ หรือบางครั้งผู้บริโภคอาจจะตัดสินใจในทันทีโดยไม่ต้องพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจสำหรับสินค้าหรือบริการประเภทใด ผู้บริโภคจะมีความเสี่ยงในการตัดสินใจ คือ นอกจากสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับแล้ว ผู้บริโภคต้องยอมรับความเสี่ยงในสิ่งที่เขาไม่พึงปรารถนาจากการตัดสินใจซื้อนั้นๆ ด้วย ซึ่งความเสี่ยงอาจเกิดจากสาเหตุต่างๆต่อไปนี้

1. หน้าที่ของผลิตภัณฑ์ เป็นความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์จะไม่ทำหน้าที่ตามที่ผู้ซื้อคาดหวัง เช่น เครื่องซักผ้าที่ซักผ้าได้ไม่สะอาด แชมพูขจัดรังแคที่ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาล้างเครื่องบินไม่ถึงที่หมายตามเวลาที่กำหนด การรักษาอาการป่วยที่ไม่หายหรือมีอาการข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น เป็นต้น

2. ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นความเสี่ยงจากรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคปรารถนา เช่น ขนาด สี สัน รูปร่าง หรือความสะดวกในการใช้ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่ผู้ผลิตนำกลับมาพิจารณาและปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น ช่วงหนึ่งที่ ERICSSON เน้นขนาดเล็กจนเป็นที่โดดเด่น หรือสี JOTUN Multi Color ที่เน้นการเสนอสีที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตตามตัวอย่างสีที่ถูกค่านำมาเป็นต้น

3. ราคา เป็นความเสี่ยงจากคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับต่ำกว่ามูลค่าของจำนวนเงินที่จ่าย ซึ่งโดยปกติผู้บริโภคจะคาดหวังว่าต้องได้รับคุณภาพของสินค้าหรือบริการคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป หรือความเสี่ยงที่จะจ่ายเงินซื้อแพงกว่าซื้อจากที่อื่น จึงมีหลายธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์การรับประกันราคา เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่าไม่จ่ายแพงกว่าการซื้อจากที่อื่นๆ ซึ่งหากพูดถึงบริษัทประกันภัยในปัจจุบันก็จะรับประกันว่าหากผู้บริโภคไม่เรียกกรองค่าสินไหมทดแทนก็จะคืนเบี้ยประกันภัยบางส่วน

4. การยอมรับของสังคม เป็นความมั่นใจในการยอมรับจากสังคม ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังที่จะให้สินค้าหรือบริการที่เลือกนั้น สะท้อนความเป็นตัวตนมหัสักคม เห็นและเกิดการยอมรับ

5. จิตวิทยา ความรู้สึกภายในใจหรือความเชื่อของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์นั้น เช่น ความเชื่อว่าการซื้อประกันภัยเป็นการจ่ายเบี้ยประกันที่ทั้งที่จริงๆ แล้วบางแบบประกันชีวิตมีเงินคืนและเงินครบกำหนดสัญญาด้วย

6. เวลา ทั้งเวลาในการหาข้อมูลและเวลาในการรอคอย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูง หรือหายาก อาจต้องเสียเวลาในการค้นหาผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การทำประกันภัย เนื่องจากเบี้ยประกันภัยค่อนข้างสูง ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่งซึ่งใช้เวลาในการรอคอยค่อนข้างนานในการตัดสินใจทำประกันภัย

หลังจากที่ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริงตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย

ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว โดยอาจจะทำผ่านการใช้แบบสำรวจความพึงพอใจ หรือจัดตั้งศูนย์รับข้อร้องเรียนของลูกค้า (Call Center) เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ (AIDA)

(St. Elmo, 1898 อ้างถึงใน ฌักทอริ ปุณยาภาภัสสร, 2551)

1. ความตั้งใจ (Attention) เริ่มต้นที่ผู้บริโภคจะต้องรู้จักสินค้าและบริการนั้นก่อน ซึ่งก็เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีความตั้งใจในการรับสาร

2. ความสนใจ (Interest) นอกจากการรู้จักสินค้าแล้วก็ยังไม่เพียงพอผู้บริโภคต้องถูกเร้าความสนใจ จนสามารถแยกแยะสินค้านั้นออกจากสินค้าอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาด

3. ความปรารถนา (Desire) ความสนใจที่ถูกกระตุ้นจะกลายเป็นความอยาก ความปรารถนาที่จะได้ครอบครองสินค้านั้น ตามปกติความปรารถนาจะเกิดขึ้นจากการเห็นประโยชน์ที่สินค้านั้นเสนอให้หรือเกิดจากการเห็นหนทางแก้ปัญหาที่มีอยู่ที่สินค้านั้นหยิบยื่นให้

4. การกระทำ (Action) เมื่อความปรารถนาเกิดขึ้นแล้ว กระบวนการซื้อจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคก้าวเข้าสู่ขั้นตอนสุดท้ายคือการซื้อสินค้า

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปได้ว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัยคือข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคมและกลุ่มทางสังคมทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส ความตั้งใจ ความสนใจ ความปรารถนา และการกระทำ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

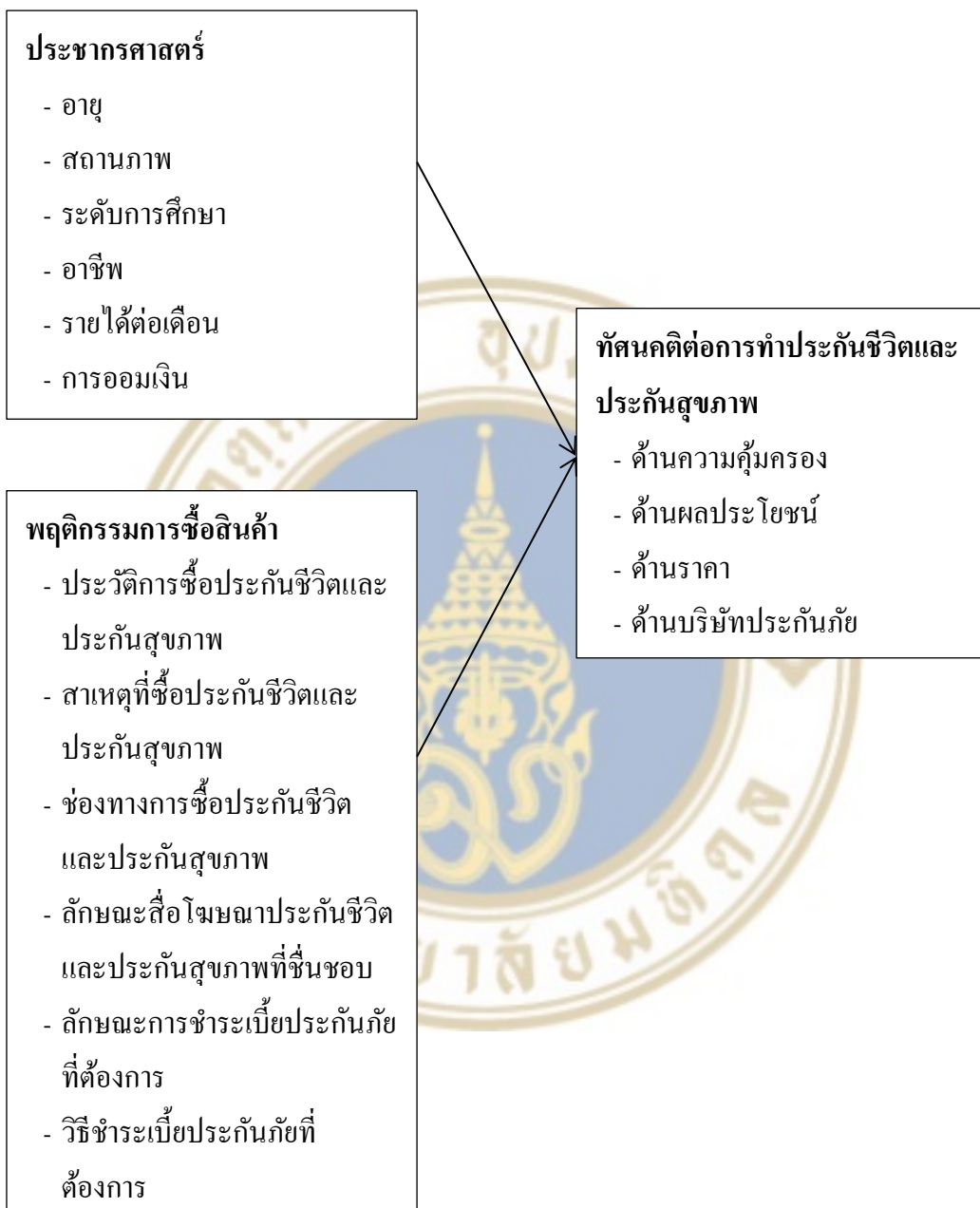
การวิจัยครั้งนี้มุ่งทัศนคติต่อการทำประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาอ้างอิงได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(สิริกานต์ จันสา, 2543) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำประกันชีวิตของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ชุดโดยเลือกตัวอย่างจากวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายผลการศึกษา พบว่า จากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ทำประกันชีวิตผู้ทำประกันชีวิตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-40 ปีสถานภาพของผู้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่สมรสแล้วและมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดถึงร้อยละ 44 ในขณะที่สูงกว่าระดับปริญญาตรีมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในด้านการศึกษา เหตุจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตตัดสินใจทำประกันชีวิต พบว่ากลุ่มผู้ทำประกันชีวิตตัดสินใจทำประกันชีวิตเพราะเห็นว่า เป็นหลักประกันความมั่นคงแก่ชีวิตในอนาคตมากที่สุดรองลงมา คือ เห็นว่าเป็นการแบ่งเบาภาระครอบครัวเมื่อเกิดเหตุร้ายแก่ตนเองแบบของประกันชีวิตที่ทำกันมากที่สุด คือ แบบสะสมทรัพย์เพราะเห็นว่าการประกันแบบนี้ให้ความคุ้มครองสูง หากไม่เสียชีวิตก็จะได้รับเงินคืนมาทีเดียวครั้งละมากๆ ผลตอบแทนสูงกว่าการประกันชีวิตแบบอื่นๆ ผู้ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตเป็นเวลา 1-10 ปีและมีความสามารถในการชำระเบี้ยประกันได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อปี

(ศิริวรรณ ไชยสุรยกานต์, 2541) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต คือ อายุและอัตราเบี้ยประกันภัยที่ผู้บริโภครจะต้องจ่าย ผู้ที่มีรายได้มากขึ้น โอกาสในการซื้อประกันชีวิตก็จะมีมากขึ้น เพราะภาระต่างๆก็เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคโอนความเสี่ยงภัยมายังบริษัทประกันชีวิต เพื่อป้องกันการสูญเสียทางการเงิน อันจะส่งผลทำให้ครอบครัวได้รับความเดือดร้อนจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่จะเกิดขึ้นในส่วนอัตราเบี้ยประกันภัย พบว่าอัตราเบี้ยประกันภัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินค่าเบี้ยประกันภัยในอัตราที่สูง เพื่อที่จะได้รับความคุ้มครองที่สูงเช่นเดียวกัน ในส่วนนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่รัฐบาล หรือบริษัทประกันชีวิตควรที่จะกระทำเพื่อเพิ่มระดับการออมภายในประเทศ โดยผ่านการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคจึงควรที่จะส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต โดยการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในธุรกิจประกันชีวิต การให้บริการหลังการขายเป็นอย่างดีจะทำให้ผู้ซื้อประกันชีวิตเกิดความประทับใจ

(ชูศักดิ์ บัวแก้วและ สุณี กุลตระวุฒิ, 2541) ได้ทำการวิจัยเรื่องลักษณะการประกันชีวิตและการทำประกันวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกบริษัทประกันภัยของผู้ทำประกันภัย คือ ความมั่นคงของบริษัท รองลงมา คือ ภาพพจน์ด้านคุณภาพการบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท สำหรับปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันภัย พบว่า ผู้ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญกับความต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการความมั่นคงต่อชีวิตและทรัพย์สินของครอบครัวและต้องการทำประกันเพื่อเป็นการออมทรัพย์อีกทางหนึ่ง ส่วนผู้ทำประกันวินาศภัยมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันภัย คือ ความสะดวกเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง และการมีผู้เจรจาต่อรองกับเจ้าของรถยนต์คู่กรณีเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ (Quantitative Research) การสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความ สะดวก (Convenience Sampling) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย และนำเสนอในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

- 3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
 - 3.2.2 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม
 - 3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.3 กระบวนการเก็บข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีทางสถิติที่ใช้

3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 หรือผู้ที่มีอายุระหว่าง 19-36 ปี อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 795,940 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 795,940 คน โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามานะ (Yamane, 1973)

โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการศึกษา และเนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีที่ 1 ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 90% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากรทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

(กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 10 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ 90%)

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

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

$$n = \frac{795,940}{1 + 795,940(0.10)^2}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 99.99 คน

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 100 ตัวอย่าง จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 142 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนด

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาเพียงประชากรเพศ

หญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ทันที โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaires) จนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง แบบไม่คำนึงถึงโอกาสความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมคือแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ไม่ระบุชื่อนามสกุล หรือรายละเอียดที่ระบุตัวตนอื่นๆ แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3: ทศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างและออกแบบ แบบสอบถามจากหลักการและเหตุผลในการทำงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยและข้อมูลนั้นสามารถนำมาใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ซึ่งในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการออมเงิน ประกอบไปด้วย คำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประวัติการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ สาเหตุที่ซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ช่องทางการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ลักษณะสื่อโฆษณาประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่ชื่นชอบ ลักษณะการชำระเบี้ยประกันภัย และวิธีชำระเบี้ยประกันภัย ประกอบไปด้วย คำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 3: ทศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ระดับการวัดข้อมูลตามวิธีของลิเกิร์ต (Likert) หรือวิธี Summated Rating ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบไปด้วยความคุ้มครองทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง, ด้านผลประโยชน์, ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัย รวมคำถามทั้งหมด 19 ข้อ

3.2.2 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบนั้นในส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อใดข้อหนึ่ง (Multiple Choice Questions) และส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ใช้เกณฑ์ประเมินผลจากสูตรต่อไปนี้ (มัลลิกา บุญนาค, 2537)

$$\text{ความกว้างของชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ยมีดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ขั้นแรกผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและแก้ไขความถูกต้องด้านภาษาและเนื้อหา พร้อมทั้งตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ขั้นที่สองผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 30 ตัวอย่าง ขั้นที่สามผู้วิจัย

นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวัดความสอดคล้องภายในจากการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปใช้สำหรับรวบรวมข้อมูล

3.3 กระบวนการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

- 1) ดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้รับการคัดเลือกในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง
- 2) ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานรัฐ และเอกชนดังนี้

- 1) หนังสือที่เกี่ยวกับประกันชีวิตและประกันสุขภาพ
- 2) บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีทางสถิติที่ใช้

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจคะแนน แล้วนำคะแนนมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยตัวสถิติที่ใช้มีดังต่อไปนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา ใช้ตัวสถิติ ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเฉลี่ย (Average) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เพื่อสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาบรรยายให้ทราบถึงลักษณะของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

3.4.2 การทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของสองประชากร (T-Test) และการ
วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าการกระจายของข้อมูล (F-Test) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัยที่ 1
และ 2



บทที่ 4

ผลที่ได้จากการศึกษา

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) รูปแบบวัดผลครั้งเดียว (One – Short Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 142 คน ซึ่งได้ทำการแบ่งเนื้อหาตามเครื่องมือที่ใช้ประกอบการวิจัยซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 : ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ เรื่องศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการออมเงิน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นความถี่และร้อยละ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
19 – 24 ปี	15	10.6
25 – 30 ปี	102	71.8
31 – 36 ปี	25	17.6
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ อายุ 31 – 36 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และอายุ 19 - 24 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	129	90.8
สมรส	12	8.5
หย่าร้าง	1	0.7
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	2.1
ปริญญาตรี	97	68.3
ปริญญาโท	40	28.2
ปริญญาเอก	2	1.4
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	17	12.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	9.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	26	18.3
พนักงานบริษัทเอกชน	82	57.7
อาชีพที่พัฒนาต่อเนื่อง (CPD) ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล นักบัญชี วิศวกร สถาปนิก นักสำรวจ	4	2.8
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และอาชีพที่พัฒนาต่อเนื่อง (CPD) ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล นักบัญชี วิศวกร สถาปนิก นักสำรวจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,000 – 20,000 บาท	27	19.0
20,001 – 50,000 บาท	87	61.3
50,001 – 80,000 บาท	20	14.1
80,000 บาทขึ้นไป	8	5.6
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 5,000 – 20,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้ต่อเดือน 50,001 – 80,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และรายได้ต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการออมเงิน

การออมเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีเงินออม	18	12.7
มีเงินออม	124	87.3
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินออม จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 และไม่มีเงินออม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบเงินออม

รูปแบบเงินออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด / ทอง	127	58.3
พันธบัตรรัฐบาล / สลากออมสิน	25	11.5
ที่ดิน	17	7.8
กองทุนรวม / หุ้นสหกรณ์	49	22.5
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินออมในรูปแบบ เงินสด / ทอง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา คือ กองทุนรวม / หุ้นสหกรณ์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 พันธบัตรรัฐบาล / สลากออมสิน จำนวน 25 คน ที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และที่ดิน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอข้อมูลเป็นความถี่และร้อยละ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	42	29.6
เคย	100	70.4
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 70.4 และไม่เคยทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

ชื่อบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท เอไอเอ จำกัด	34	34.0
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	11	11.0
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	4	4.0
บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	15	15.0
บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	9	9.0
บริษัท กรุงเทพ-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	9	9.0
บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	5	5.0
อื่นๆ	13	13.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับบริษัท เอไอเอ จำกัด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และบริษัทอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางประกันภัย

ช่องทางประกันภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวแทนประกันภัย	76	59.4
นายหน้าประกันภัย	10	7.8
ผ่านธนาคารพาณิชย์	27	21.1
ผ่านทางโทรศัพท์	11	8.6
ออนไลน์ (Online)	4	3.1

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพผ่านช่องทางตัวแทนประกันภัย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมา คือ ผ่านธนาคารพาณิชย์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ผ่านทางโทรศัพท์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 นายหน้าประกันภัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และออนไลน์ (Online) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

สาเหตุที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อเพราะคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทน / โบรกเกอร์	11	7.7
ไม่มีสวัสดิการจากหน่วยงานที่ทำงานอยู่	17	12.0
ตระหนักถึงประโยชน์ของประกันภัยจากอุบัติเหตุของคนใกล้ตัว	46	32.4
ต้องการความคุ้มครองที่นอกเหนือจากที่ได้รับจากที่ทำงาน	16	11.3
ต้องการออมเงินจากการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ	33	23.2
ต้องการให้เป็นเงินมรดกแก่ลูกหลาน หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน	4	2.8
ป่วยเป็นโรคที่มีค่าใช้จ่ายสูง	11	7.7
อื่นๆ	4	2.8
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ เนื่องจากตระหนักถึงประโยชน์ของประกันภัยจากอุบัติเหตุของคนใกล้ตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา คือ ต้องการออมเงินจากการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ไม่มีสวัสดิการจากหน่วยงานที่ทำงานอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ต้องการความคุ้มครองที่นอกเหนือจากที่ได้รับจากที่ทำงาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ซื้อเพราะคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทน / โบรกเกอร์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ป่วยเป็นโรคที่มีค่าใช้จ่ายสูง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ต้องการให้เป็นเงินมรดกแก่ลูกหลาน หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และเหตุผลอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโฆษณาประกันชีวิตและประกันสุขภาพที่โน้มน้าวใจให้ทำมากที่สุด

ประเภทโฆษณา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลึกลับซึ่งกินใจ (ดราม่า)	101	71.1
สนุกสนาน / ตื่นเต้น	17	12.0
อิทธิพลของฟรีเซนต์อร์	4	2.8
อื่นๆ	20	14.1
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงโน้มน้าวใจให้ทำมากที่สุดจากโฆษณาประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ประเภทลึกลับซึ่งกินใจ (ดราม่า) จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมา คือ สนุกสนาน / ตื่นเต้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อิทธิพลของฟรีเซนต์อร์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และอื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเบี้ยประกันภัย

การชำระเบี้ยประกันภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว	12	8.5
รายปี	69	48.6
ราย 6 เดือน	4	2.8
รายเดือน	30	21.1
ผ่อน 0% 3 เดือน	7	4.9
ผ่อน 0% 10 เดือน	20	14.1
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการชำระเบี้ยประกันภัย รายปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ รายเดือน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ผ่อน 0% 10 เดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ผ่อน 0% 3 เดือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และราย 6 เดือน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเบี้ยประกันภัย

วิธีการชำระเบี้ยประกันภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด	50	35.2
ผ่านบัตรเครดิต	57	40.1
ตัดบัญชีออมทรัพย์	35	24.6
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการวิธีการชำระเบี้ยประกันภัย แบบตัดเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมา คือ เงินสด จำนวน 50 คน และตัดบัญชีออมทรัพย์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 : ทักษะคิดต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจทักษะคิดต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องศึกษาทักษะคิดต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านความคุ้มครอง

ด้านความคุ้มครอง	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ประกันควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมและความงาม (ที่ไม่ใช่พลาสติก) เช่น การยกกระชับใบหน้า โบท็อกซ์ เป็นต้น	15	22	47	31	27	3.23	เห็นด้วยปานกลาง
ประกันควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	2	1	8	42	89	4.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านความ
คุ้มครอง (ต่อ)

ด้านความคุ้มครอง	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
ประกันควรมีความคุ้มครอง โรคผิวหนัง (สิ่ว / ฝ้า / กระ)	10	9	42	34	47	3.70	เห็นด้วย มาก
ประกันควรมีความคุ้มครอง โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	0	2	3	21	116	4.77	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
รวม	42	52	151	162	303	3.89	เห็นด้วย มาก

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านผลประโยชน์

ด้านผลประโยชน์	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิต สามารถหักลดหย่อนภาษีได้	0	2	7	20	113	4.72	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การทำงานประกันชีวิตและประกัน สุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	0	1	9	36	96	4.60	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การทำงานประกันชีวิตมี ผลตอบแทนมากกว่าอัตรา ดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	1	5	33	43	60	4.10	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิต สูงกว่าความคุ้มครองด้าน สุขภาพ	4	10	47	50	31	3.66	เห็นด้วย มาก
การทำงานประกันชีวิตและประกัน สุขภาพสามารถทำให้ท่าน คลายความกังวลต่อการใช้ชีวิต น้อยลง	6	18	30	49	35	3.54	เห็นด้วย มาก
รวม	11	36	126	198	335	4.12	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
หากบริษัท ก (มีความมั่นคง มาก) และ ข (บริษัทเล็กๆ) มี ลักษณะความคุ้มครองที่ ใกล้เคียงกัน ท่านจะเลือกทำ ประกันกับบริษัท ข เนื่องจาก เบี้ยประกันภัยถูกกว่า	24	30	31	36	21	3.00	เห็นด้วย ปานกลาง
หากมีแบบประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพกำลังทำ โปรโมชันลดราคาอยู่ จะทำ ให้ท่านตัดสินใจซื้อได้ง่าย ขึ้น	2	8	30	55	47	3.96	เห็นด้วย มาก
หากแบบประกันมีความ คุ้มครองที่ท่านต้องการ ท่าน จะซื้อทันทีโดยไม่เกี่ยงราคา	7	19	56	38	22	3.35	เห็นด้วย มาก
คุณยอมจ่ายเงินเพื่อทำ ประกัน หากแบบประกันนั้น มีความคุ้มครองที่คุณ ต้องการ	1	5	37	63	36	3.90	เห็นด้วย มาก
รวม	34	62	154	192	126	3.55	เห็นด้วย มาก

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติด้านบริษัท
รับประกันภัย

ด้านบริษัทรับประกันภัย	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
ท่านจะเลือกทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพกับ บริษัทที่มีคนรู้จักแนะนำให้	0	10	43	53	36	3.35	เห็นด้วย มาก
หากท่านมีการทำประกัน ชีวิตและประกันสุขภาพกับ บริษัทใด บริษัทหนึ่งอยู่แล้ว เมื่อต้องการทำฉบับใหม่ ท่านจะทำกับบริษัทเดิม	7	16	55	49	15	3.62	เห็นด้วย มาก
ท่านจะแนะนำบริษัทที่ท่าน ทำประกันชีวิตและประกัน สุขภาพให้คนที่ท่านรู้จัก	4	8	48	60	22	2.73	เห็นด้วย ปานกลาง
ท่านจะทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพกับบริษัทใน เครือจากต่างประเทศเท่านั้น	22	35	54	21	10	3.88	เห็นด้วย มาก
ท่านจะทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพกับบริษัทที่ คุ้นเคย และรู้จักมายาวนาน	3	6	22	85	26	3.80	เห็นด้วย มาก
ท่านจะทำประกันชีวิตและ ประกันสุขภาพกับตัวแทนที่ รู้จัก และคุ้นเคยกันดี	4	11	29	64	34	3.81	เห็นด้วย มาก
รวม	40	86	251	332	143	3.53	เห็นด้วย มาก

ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 อายุ

H0: อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมและความงาม	Between Groups	2.534	1.267	.836	.436
	Within Groups	210.797	1.517		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก	Between Groups	2.413	1.206	.849	.430
	Within Groups	197.446	1.420		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	1.371	.686	1.190	.307
	Within Groups	80.101	.576		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	.451	.225	.155	.856
	Within Groups	201.528	1.450		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	1.405	.702	2.329	.101
	Within Groups	41.926	.302		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.436, 0.430, 0.307, 0.856 และ 0.101 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	2.078	1.039	2.743	.068*
	Within Groups	52.654	.379		
	Total	54.732			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	2.015	1.007	2.496	.086*
	Within Groups	56.105	.404		
	Total	58.120			
การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	.414	.207	.239	.788
	Within Groups	120.206	.865		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	2.775	1.388	1.429	.243
	Within Groups	134.999	.971		
	Total	137.775			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	6.647	3.324	2.113	.125
	Within Groups	218.599	1.573		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ในด้านการลดหย่อนภาษี และจำนวนกรมธรรม์ที่ถืออยู่ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.068 และ 0.086 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_1 ปฏิเสธ H_0 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ในด้านการลดหย่อนภาษี และจำนวนกรมธรรม์ที่ถืออยู่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ เรื่อง การทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
19 – 25 ปี	26 – 30 ปี	-.15294	.17020	.370
	31 – 35 ปี	-.42667*	.20101	.036

จากตารางที่ 4.21 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มอายุได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคืออายุ 19 – 25 ปี และ 26 – 30 ปี กลุ่มที่สองคืออายุ 31 – 35 ปี โดยในช่วงอายุกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ เรื่อง การทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ไม่แตกต่างกัน

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	.647	.323	.652	.523
	Within Groups	68.957	.496		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.523 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย				
Between Groups	.006	.003	.007	.993
Within Groups	54.195	.390		
Total	54.201			

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.993 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ขอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 1.2 สถานภาพ

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครอง ด้านสิ่งแวดล้อมตกแต่งความงาม	Between Groups	8.275	4.137	2.805	.064*
	Within Groups	205.056	1.475		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครอง ด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก	Between Groups	7.386	3.693	2.667	.073*
	Within Groups	192.473	1.385		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครอง ด้านทันตกรรม	Between Groups	1.604	.802	1.395	.251
	Within Groups	79.868	.575		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครอง โรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	7.940	3.970	2.844	.062*
	Within Groups	194.039	1.396		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครอง โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	.773	.386	1.262	.286
	Within Groups	42.558	.306		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมตกแต่งความงาม ด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก และโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ) มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.064, 0.073 และ 0.062 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ในด้านความคุ้มครองต่างๆ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมตกแต่งความงาม ด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก และโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	.260	.130	.331	.719
	Within Groups	54.473	.392		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	.283	.141	.339	.713
	Within Groups	57.837	.416		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	1.145	.572	.666	.515
	Within Groups	119.475	.860		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	3.387	1.694	1.752	.177
	Within Groups	134.388	.967		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	4.082	2.041	1.283	.281
	Within Groups	221.165	1.591		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.719, 0.713, 0.515, 0.177 และ 0.281 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	1.712	.856	1.753	.177
	Within Groups	67.892	.488		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.177 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	.116	.058	.149	.862
	Within Groups	54.085	.389		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.862 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษา

H0: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสัถยกรรมตกแต่งความงาม	Between Groups	5.307	1.769	1.173	.322
	Within Groups	208.024	1.507		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสัถยกรรมพลาสติก	Between Groups	.933	.311	.216	.885
	Within Groups	198.926	1.441		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	3.325	1.108	1.957	.123
	Within Groups	78.147	.566		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	6.926	2.309	1.633	.185
	Within Groups	195.053	1.413		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	1.834	.611	2.033	.112
	Within Groups	41.497	.301		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.322, 0.885, 0.123, 0.185 และ 0.112 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ขอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำ

ประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	2.095	.698	1.830	.144
	Within Groups	52.638	.381		
	Total	54.732			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	1.829	.610	1.495	.219
	Within Groups	56.290	.408		
	Total	58.120			
การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	2.146	.715	.833	.478
	Within Groups	118.474	.859		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	4.065	1.355	1.398	.246
	Within Groups	133.710	.969		
	Total	137.775			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	1.086	.362	.223	.880
	Within Groups	224.161	1.624		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.144, 0.219, 0.478, 0.246 และ 0.880 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	.146	.049	.097	.962
	Within Groups	69.458	.503		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.962 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	.440	.147	.377	.770
	Within Groups	53.761	.390		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.770 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อาชีพ

H0: อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านผลประโยชน์ตกแต่ความงาม	Between Groups	6.676	1.669	1.106	.356
	Within Groups	206.655	1.508		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านผลประโยชน์พลาสติก	Between Groups	12.843	3.211	2.352	.057*
	Within Groups	187.016	1.365		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	3.206	.802	1.403	.236
	Within Groups	78.266	.571		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	7.071	1.768	1.243	.296
	Within Groups	194.908	1.423		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	.731	.183	.588	.672
	Within Groups	42.600	.311		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านผลประโยชน์พลาสติก มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.057 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกัน

สุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.25753	.31136	.410
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.19418	.34879	.579
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	-.65572 [*]	.26296	.014
	อาชีพที่พัฒนาต่อเนื่อง (CPD)	-1.21341 [*]	.59826	.044

จากตารางที่ 4.33 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มอาชีพได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษาและรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มที่สองคือประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ และอาชีพที่พัฒนาต่อเนื่อง (CPD) โดยในช่วงอาชีพกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติกไม่แตกต่างกัน

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำประกันชีวิตสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	3.465	.866	2.315	.060*
	Within Groups	51.267	.374		
	Total	54.732			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	1.352	.338	.815	.517
	Within Groups	56.768	.414		
	Total	58.120			
การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	2.276	.569	.659	.622
	Within Groups	118.343	.864		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	3.874	.969	.991	.415
	Within Groups	133.900	.977		
	Total	137.775			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	14.481	3.620	2.353	.057*
	Within Groups	210.765	1.538		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ได้แก่ การลดหย่อนภาษี และความกังวลต่อการใช้ชีวิต มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.060 และ 0.057 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ได้แก่ การลดหย่อนภาษี และความกังวลต่อการใช้ชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.35 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	3.773	.943	1.963	.104
	Within Groups	65.831	.481		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.104 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	1.322	.330	.856	.492
	Within Groups	52.880	.386		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.492 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H0: รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน	Between Groups	7.650	2.550	1.711	.168
	Within Groups	205.681	1.490		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการพลาสติก	Between Groups	12.997	4.332	3.200	.025*
	Within Groups	186.862	1.354		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	2.128	.709	1.234	.300
	Within Groups	79.344	.575		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	5.873	1.958	1.378	.252
	Within Groups	196.106	1.421		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	.251	.084	.268	.848
	Within Groups	43.080	.312		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต

และประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนอายุที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
80,000 บาทขึ้นไป	5,000 – 20,000 บาท	1.04167*	.46841	.028
	20,001 – 50,000 บาท	1.29454*	.42991	.003
	50,001 – 80,000 บาท	1.02500*	.48679	.037

จากตารางที่ 4.38 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มรายได้ต่อเดือนได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือรายได้ 5,000 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 50,000 บาท และรายได้ 50,001 – 80,000 บาท กลุ่มที่สองคือรายได้ 80,000 บาทขึ้นไป โดยในช่วงรายได้ต่อเดือนกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติกไม่แตกต่างกัน

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.39 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	.067	.022	.057	.982
	Within Groups	54.665	.396		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	1.712	.571	1.396	.247
	Within Groups	56.408	.409		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	2.509	.836	.977	.406
	Within Groups	118.111	.856		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	.198	.066	.066	.978
	Within Groups	137.576	.997		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	2.750	.917	.569	.637
	Within Groups	222.496	1.612		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.982, 0.247, 0.406, 0.978 และ 0.637 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.40 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	1.722	.574	1.167	.325
	Within Groups	67.882	.492		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.325 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.41 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	.701	.234	.603	.614
	Within Groups	53.500	.388		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.614 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 1.6 การมีเงินออม

H0: การมีเงินออมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: การมีเงินออมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน	Between Groups	1.476	1.476	.975	.325
	Within Groups	211.855	1.513		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการพลาสติก	Between Groups	4.804	4.804	3.448	.065*
	Within Groups	195.055	1.393		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	.673	.673	1.167	.282
	Within Groups	80.798	.577		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	1.260	1.260	.879	.350
	Within Groups	200.719	1.434		
	Total	201.979			
โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	2.153	2.153	7.319	.008*
	Within Groups	41.178	.294		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน และ โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.062 และ 0.008 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าการมี

เงินออมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองด้าน ศัลยกรรมพลาสติก และ โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกัน ในแต่ละคู่ ของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการมีเงินออมที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกัน ชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านศัลยกรรมพลาสติก และ โรคมะเร็ง ที่เกิดเฉพาะในผู้หญิงแตกต่างกัน

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
กองทุนรวม / หุ้น สหกรณ์	เงินสด / ทอง	1.04167*	.46841	.028
	พันธบัตรรัฐบาล / สลากออมสิน	1.29454*	.42991	.003
	ที่ดิน	1.02500*	.48679	.037

จากตารางที่ 4.43 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มการมีเงินออมได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือกองทุนรวม / หุ้นสหกรณ์ กลุ่มที่สองคือเงินสด / ทอง พันธบัตรรัฐบาล / สลากออมสิน และที่ดิน โดยในช่วงอายุกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้าน ความคุ้มครอง ด้านศัลยกรรมพลาสติก และ โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิงไม่แตกต่างกัน

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.44 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออมกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	2.237	2.237	5.966	.016*
	Within Groups	52.496	.375		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	.200	.200	.484	.488
	Within Groups	57.919	.414		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	.315	.315	.367	.546
	Within Groups	120.305	.859		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	.605	.605	.618	.433
	Within Groups	137.169	.980		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	5.431	5.431	3.459	.065*
	Within Groups	219.815	1.570		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ได้แก่ การลดหย่อนภาษี และความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.016 และ 0.065 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าการมีเงินออมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ได้แก่ การลดหย่อนภาษี และความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.45 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออกกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	.019	.019	.039	.844
	Within Groups	69.585	.497		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.844 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าการมีเงินออกที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.46 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการมีเงินออกกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	.285	.285	.741	.391
	Within Groups	53.916	.385		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.391 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการทำงานประกันภัยเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ประวัติการทำงานประกันภัย

H0: ประวัติการทำงานประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: ประวัติการทำงานประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.47 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำงานประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสัลยกรรมตกแต่งความงาม	Between Groups	15.537	1.942	1.306	.246
	Within Groups	197.794	1.487		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสัลยกรรมพลาสติก	Between Groups	9.064	1.133	.790	.612
	Within Groups	190.795	1.435		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	3.727	.466	.797	.606
	Within Groups	77.744	.585		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	17.699	2.212	1.597	.131
	Within Groups	184.280	1.386		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	2.105	.263	.849	.561
	Within Groups	41.226	.310		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง มีค่าความน่าจะเป็น มากกว่า 0.10 ทั้งหมดทุกด้าน นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าประวัติการทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	2.551	.319	.813	.593
	Within Groups	52.182	.392		
	Total	54.732			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	3.202	.400	.969	.463
	Within Groups	54.918	.413		
	Total	58.120			
การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	3.301	.413	.468	.877
	Within Groups	117.319	.882		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	8.708	1.089	1.122	.353
	Within Groups	129.067	.970		
	Total	137.775			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	9.673	1.209	.746	.651
	Within Groups	215.574	1.621		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ มีค่าความน่าจะเป็น มากกว่า 0.10 ทั้งหมดทุกด้าน นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าประวัติการทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	8.359	1.045	2.269	.026*
	Within Groups	61.245	.460		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าประวัติการทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.50 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างประวัติการทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	4.151	.519	1.379	.211
	Within Groups	50.050	.376		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.211 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 แสดงว่าประวัติการทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 2.2 สาเหตุที่ทำประกันภัย

H0: สาเหตุที่ทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: สาเหตุที่ทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านผลประโยชน์ความงาม	Between Groups	16.630	2.079	1.406	.200
	Within Groups	196.701	1.479		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านผลประโยชน์พลาสติก	Between Groups	19.714	2.464	1.819	.079*
	Within Groups	180.145	1.354		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	4.534	.567	.980	.455
	Within Groups	76.938	.578		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	11.477	1.435	1.002	.438
	Within Groups	190.502	1.432		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	2.540	.318	1.035	.413
	Within Groups	40.791	.307		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลประโยชน์พลาสติก มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.079 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าสาเหตุที่ทำประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อ

การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านสัลยกรรมพลาสติก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าสามารถทำประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	3.746	.468	1.221	.291
	Within Groups	50.987	.383		
	Total	54.732			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	2.029	.254	.601	.775
	Within Groups	56.091	.422		
	Total	58.120			
การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	9.384	1.173	1.402	.201
	Within Groups	111.236	.836		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	17.689	2.211	2.449	.017*
	Within Groups	120.086	.903		
	Total	137.775			
การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	23.093	2.887	1.899	.065*
	Within Groups	202.153	1.520		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ และด้านการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง ความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.017 และ 0.065 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าสาเหตุที่ทำให้ประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านการเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ และด้านการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.53 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประจักษ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	3.596	.449	.906	.514
	Within Groups	66.008	.496		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.514 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าสาเหตุที่ทำให้ประจักษ์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่ทำให้ประจักษ์กับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	6.792	.849	2.382	.020*
	Within Groups	47.409	.356		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₁ ปฏิเสธ H₀ แสดงว่าสาเหตุที่ทำให้ประจักษ์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 2.3 โฆษณาประกัน

H0: โฆษณาประกันที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: โฆษณาประกันที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.55 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน	Between Groups	1.363	.341	.220	.927
	Within Groups	211.968	1.547		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการพลาสติก	Between Groups	3.878	.970	.678	.609
	Within Groups	195.981	1.431		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	1.686	.421	.724	.577
	Within Groups	79.786	.582		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	4.163	1.041	.721	.579
	Within Groups	197.816	1.444		
	Total	201.979			
โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	2.481	.620	2.080	.087*
	Within Groups	40.850	.298		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.087 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าโฆษณาประกันที่แตกต่างกัน มี

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้าน โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.56 แสดงผลการทดสอบ โดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้าน โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ลึกลงใจ (คราม่า)	สนุกสนาน / ตื่นเต้น	.41002*	.14315	.005
	อิทธิพลของฟรีเซนเตอร์	.07178	.27838	.797
	อื่นๆ	.03607	.15573	.817

จากตารางที่ 4.56 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มโฆษณาประกันได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือโฆษณาประเภทลึกลงใจ (คราม่า) กลุ่มที่สองคือโฆษณาประเภทสนุกสนาน / ตื่นเต้น อิทธิพลของฟรีเซนเตอร์ และอื่นๆ โดยในโฆษณาประกันกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิงไม่แตกต่างกัน

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.57 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	2.446	.611	1.602	.177
	Within Groups	52.287	.382		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	.722	.181	.431	.786
	Within Groups	57.397	.419		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	2.605	.651	.756	.556
	Within Groups	118.015	.861		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	6.333	1.583	1.650	.165
	Within Groups	131.442	.959		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	32.277	8.069	5.729	.000*
	Within Groups	192.970	1.409		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.57 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง ความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าโฆษณาประกันที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านการทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.58 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครอง ด้านการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
อิทธิพลของฟรีเซนต์เตอร์	ลึกลงใจ (ครามา)	.71782	.60505	.238
	สนุกสนาน / ตื่นเต้น	1.50000*	.65954	.025
	อื่นๆ	1.92857*	.67286	.005

จากตารางที่ 4.58 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มโฆษณาประกันได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือโฆษณาประเภทลึกลงใจ (ครามา) และอิทธิพลของฟรีเซนต์เตอร์ กลุ่มที่สองคือโฆษณาประเภทสนุกสนาน / ตื่นเต้น และอื่นๆ โดยในโฆษณาประกันกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลงไม่แตกต่างกัน

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.59 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	4.158	1.040	2.176	.075*
	Within Groups	65.445	.478		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.075 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าโฆษณา

ประกันที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.60 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกัน ในแต่ละคู่ ของปัจจัยโฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคา

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ลึกลงใจ (ดราม่า)	สนุกสนาน / ตื่นเต้น	.34945	.18119	.056
	อิทธิพลของฟรีเซนเตอร์	-.04394	.35236	.901
	อื่นๆ	.64356*	.29043	.028

จากตารางที่ 4.60 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มโฆษณาประกันได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือโฆษณาประเภทลึกลงใจ (ดราม่า) สนุกสนาน / ตื่นเต้น และอิทธิพลของฟรีเซนเตอร์ กลุ่มที่สองคือโฆษณาประเภทอื่นๆ โดยในโฆษณาประกันกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.61 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างโฆษณาประกันกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	5.825	1.456	4.124	.003*
	Within Groups	48.376	.353		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้าน

บริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าโฆษณาประกันที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.62 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัย โฆษณาประกันที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัย

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ลึกลับใจ (คราม่า)	สนุกสนาน / ตื่นเต้น	.34780*	.15578	.027
	อิทธิพลของฟรีเซนเตอร์	-.02475	.30294	.935
	อื่นๆ	.60620*	.16946	.000

จากตารางที่ 4.62 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มโฆษณาประกันได้ 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือโฆษณาประเภทลึกลับใจ (คราม่า) และอิทธิพลของฟรีเซนเตอร์ กลุ่มที่สองคือโฆษณาประเภทสนุกสนาน / ตื่นเต้น และอื่นๆ โดยในโฆษณาประกันกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การชำระเบี้ยประกันภัย

H0: การชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: การชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัทรับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.63 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมและความงาม	Between Groups	5.341	1.068	.698	.625
	Within Groups	207.990	1.529		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมสดิก	Between Groups	2.786	.557	.385	.859
	Within Groups	197.073	1.449		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	1.702	.340	.580	.715
	Within Groups	79.770	.587		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	4.882	.976	.674	.644
	Within Groups	197.097	1.449		
	Total	201.979			
โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	2.324	.465	1.541	.181
	Within Groups	41.007	.302		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.625, 0.859, 0.715, 0.644 และ 0.181 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าการชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.64 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	3.417	.683	1.811	.115
	Within Groups	51.316	.377		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	1.432	.286	.687	.634
	Within Groups	56.688	.417		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	8.276	1.655	2.004	.082*
	Within Groups	112.344	.826		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	4.849	.970	.992	.425
	Within Groups	132.926	.977		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	1.217	.243	.148	.980
	Within Groups	224.029	1.647		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ด้านการให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์ มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.082 ซึ่งน้อยกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าการชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ด้านการให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 4.65 แสดงผลการทดสอบโดยใช้ Post-hoc เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของความแตกต่างกันในแต่ละคู่ ของปัจจัยด้านการชำระเบี้ยประกันภัยที่มีต่อทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ด้านการให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์

I	J	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ผ่อน 0% 3 เดือน	ชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว	-.57143	.43226	.188
	รายปี	-.74534*	.36053	.041
	ราย 6 เดือน	-.57143	.56967	.318
	รายเดือน	-.93810*	.38150	.015
	ผ่อน 0% 10 เดือน	-.32143	.39914	.422

จากตารางที่ 4.65 พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มการชำระเบี้ยประกันภัยได้ 2 กลุ่มที่ต่างกัน โดยกลุ่มแรกคือการชำระเบี้ยประกันภัยแบบผ่อน 0% 3 เดือน ชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว และชำระเบี้ยประกันภัยราย 6 เดือน กลุ่มที่สองคือการชำระเบี้ยประกันภัยรายปี และรายเดือน โดยการชำระเบี้ยประกันภัยกลุ่มเดียวกันจะมีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ เรื่อง การให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.66 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	3.538	.708	1.456	.208
	Within Groups	66.066	.486		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.66 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.208 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าการชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.67 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างการชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	1.386	.277	.714	.614
	Within Groups	52.815	.388		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.67 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.614 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานข้อที่ 2.5 วิธีชำระเบี้ยประกันภัย

H0: วิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยไม่แตกต่างกัน

H1: วิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคุ้มครอง ด้านผลประโยชน์ ด้านราคา และด้านบริษัท รับประกันภัยแตกต่างกัน

ก. ด้านความคุ้มครอง

ตารางที่ 4.68 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านความคุ้มครองต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการมรดกแต่งงาน	Between Groups	.191	.095	.062	.940
	Within Groups	213.140	1.533		
	Total	213.331			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านสวัสดิการพลาสติก	Between Groups	3.274	1.637	1.158	.317
	Within Groups	196.585	1.414		
	Total	199.859			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม	Between Groups	1.037	.518	.896	.411
	Within Groups	80.435	.579		
	Total	81.472			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (สิว / ฝ้า / กระ)	Between Groups	.163	.082	.056	.945
	Within Groups	201.815	1.452		
	Total	201.979			
ประกันภัยควรมีความคุ้มครองโรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	Between Groups	.873	.437	1.429	.243
	Within Groups	42.458	.305		
	Total	43.331			

จากตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.940, 0.317, 0.411, 0.945 และ 0.243 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 แสดงว่าวิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ

ต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านความคุ้มครองต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ข. ด้านผลประโยชน์

ตารางที่ 4.69 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านผลประโยชน์ต่างๆ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้	Between Groups	.596	.298	.765	.467
	Within Groups	54.137	.389		
	Total	54.732			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์	Between Groups	.031	.015	.037	.964
	Within Groups	58.089	.418		
	Total	58.120			
การทำงานประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	Between Groups	2.932	1.466	1.731	.181
	Within Groups	117.688	.847		
	Total	120.620			
ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ	Between Groups	.260	.130	.131	.877
	Within Groups	137.515	.989		
	Total	137.775			
การทำงานประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง	Between Groups	.455	.227	.141	.869
	Within Groups	224.792	1.617		
	Total	225.246			

จากตารางที่ 4.69 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.467, 0.964, 0.181, 0.877 และ 0.869 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าวิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านผลประโยชน์ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค. ด้านราคา

ตารางที่ 4.70 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	.983	.491	.995	.372
	Within Groups	68.621	.494		
	Total	69.604			

จากตารางที่ 4.70 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านราคา มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.372 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าวิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ง. ด้านบริษัทรับประกันภัย

ตารางที่ 4.71 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวิธีชำระเบี้ยประกันภัยกับทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านบริษัทรับประกันภัย ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านบริษัทรับประกันภัย	Between Groups	.221	.110	.284	.753
	Within Groups	53.980	.388		
	Total	54.201			

จากตารางที่ 4.71 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พบว่าทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพด้านด้านบริษัทรับประกันภัย มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่า 0.10 นั่นคือ ยอมรับ H₀ ปฏิเสธ H₁ แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพในด้านบริษัทรับประกันภัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้มีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 142 คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งการสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ
- ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย
- ส่วนที่ 5 อภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามีทั้งหมด 142 คน โดย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-50,000 บาท และมีเงินเก็บออม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกทำประกันกับ บริษัท เอไอเอ จำกัด มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตระหนักถึงประโยชน์จากการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ รวมถึงชื่นชอบสื่อโฆษณาประเภทราม่า และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทำประกันผ่านช่องทางตัวแทนประกันภัย โดยใช้บัตรเครดิตในการชำระเบี้ยประกันภัย

ส่วนที่ 3 ทักษะต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติด้านความคุ้มครอง โดยให้ระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านพันธุกรรมและโรคมะเร็งที่เกิดในผู้หญิง ให้ระดับความเห็นด้วยมากในด้านโรคผิวหนัง (สิว/ฝ้า/กระ) และให้ระดับความเห็นด้วยปานกลางในด้านสัลยกรรมความงาม กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติด้านผลประโยชน์ โดยให้ระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่งในการลดหย่อนภาษีและการมีอัตราผลตอบแทนมากกว่าธนาคารพาณิชย์ ให้ระดับความเห็นด้วยมากในการเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองสุขภาพและการคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตในด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินหากผลิตภัณฑ์นั้น มีความคุ้มครองที่ต้องการโดยให้ระดับความเห็นด้วยมาก และในด้านบริษัทรับประกันภัย กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติให้ระดับความเห็นมาก ในเรื่องความมั่นคงของบริษัทรับประกันภัย

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ใช้สถิติ ANOVA สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างน้อย 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 0.10 และใช้ตัวสถิติ การวิเคราะห์เชิงถดถอย โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในการทดสอบความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ตัวแปร		ด้านประชากรศาสตร์					
		อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	การออมเงิน
ด้านความ คุ้มครอง	คัดสรร ความงาม	X	✓	X	✓	✓	✓
	โรคผิวหนัง (สิ่ว/ฝ้า/กระ)	X	✓	X	X	X	X
	โรคมะเร็งที่เกิด เฉพาะในผู้หญิง	X	X	X	X	X	✓
ด้าน ผลประโยชน์	การลดหย่อนภาษี	✓	X	X	✓	X	✓
	มีผลตอบแทน มากกว่าธนาคาร	X	X	X	X	X	X
	เลือกความ คุ้มครองชีวิตสูง กว่าสุขภาพ	X	X	X	X	X	X
	คลายความกังวล ต่อการใช้ชีวิต	X	X	X	✓	X	✓
ด้านราคา		X	X	X	X	X	X
ด้านบริษัทรับประกันภัย		X	X	X	X	X	X

✓ หมายถึง ขอมรับสมมติฐาน, X หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตัวแปร		ด้านพฤติกรรม				
		ประวัติการทำประกัน	สาเหตุที่ทำให้ประกัน	โฆษณาประกัน	การชำระเบี้ยประกัน	วิธีการชำระเบี้ยประกัน
ด้านความคุ้มครอง	ศีลธรรมความงาม	X	✓	X	X	X
	โรคผิวหนัง (ผิวหนัง/ฝ้า/กระ)	X	X	X	X	X
	โรคมะเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง	X	X	✓	X	X
ด้านผลประโยชน์	การลดหย่อนภาษี	X	X	X	X	X
	มีผลตอบแทนมากกว่าธนาคาร	X	X	X	✓	X
	เลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าสุขภาพ	X	✓	X	X	X
	คลายความกังวลต่อการใช้ชีวิต	X	✓	✓	X	X
ด้านราคา		✓	X	✓	X	X
ด้านบริษัทรับประกันภัย		X	✓	✓	X	X

✓ หมายถึง ขอมรับสมมติฐาน, X หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 อภิปรายผล

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของ ประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษา พบว่า พบว่ามีข้อสรุปผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามากหลาย ข้อสรุป ตัวอย่างเช่น ผลการวิจัยที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างจะตระหนักถึงประโยชน์จากการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริกานต์ จันสา (2543) ที่กล่าวว่า กลุ่มผู้ทำประกันชีวิตจะเห็นถึงประโยชน์ของการทำประกันภัย เช่น เป็นหลักประกันความมั่นคงแก่ชีวิตในอนาคตมากที่สุดรองลงมา คือ เห็นว่าเป็นการแบ่งเบาภาระครอบครัวเมื่อเกิดเหตุร้ายแก่ตนเองแบบของประกันชีวิตที่ทำกันมากที่สุด ผลวิจัยถัดมา พบว่า ความมั่นคงและชื่อเสียงของบริษัทประกันภัยนั้นที่แตกต่างกันนั้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางประกันแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูศักดิ์ บัวแก้วและ สุณี กุลตระกูล (2541) กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกบริษัทประกันภัยของผู้ทำประกันภัย คือ ความมั่นคงของบริษัท รองลงมา คือ ภาพพจน์ด้านคุณภาพการบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่า ราคาของประกัน หรือเบี้ยประกันภัยนั้นมีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อประกันชีวิตและสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ ไชยสุรยกานต์ (2541) ที่กล่าวว่า ตราเบี้ยประกันภัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ไม่ว่าจะเป็น สถานภาพ อาชีพ รายได้ และการออมเงิน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อความคุ้มครองด้านสัลยกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทประกันควรพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็น Segmentation เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม
2. กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ อาชีพ การออมเงิน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อผลประโยชน์ด้านการลดหย่อนภาษีที่แตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทประกันควรดึงจุดนี้มาเป็นจุดขาย เช่น จัด Package โดยเนบกับความคุ้มครองมะเร็งที่เกิดในผู้หญิง และสามารถลดหย่อนภาษีได้ ก็จะทำให้ที่ผู้บริโภคตัดสินใจทำประกันได้ง่ายขึ้น

บรรณานุกรม

- กลมภัทร นิชทนา. (2554). *ปัจจัยในการเอกซ็่อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กัลยา วาณิชษ์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุตินญา จิรฤตยากุล. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ประกันสุขภาพ ของ บริษัท เอไอเอ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มัลลิการ บุนนาค. (2548). *สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วราพร วิไลเลิศ. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: วิถีชีวิตพัฒนา.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2555). *4 เหตุผลหลักที่ทำให้ผู้หญิงมีอายุยืนกว่าผู้ชาย*. 20 มกราคม 2559. <http://www.nstda.or.th/blog/?p=12196>
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2557). *คู่มือประกันชีวิตเฉพาะกรมธรรม์ประกันชีวิตรายบุคคลหรือราย เดี่ยว*. 21 มกราคม 2559. <http://www.tlaa.org>
- สมาคมนักคณิตศาสตร์ประกันภัย. (2554). *กฎหมายประกันภัย*. 21 มกราคม 2559. http://thatsmrsbitchtoyou.blogspot.com/2011/07/blog-post_926.html
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์ม และ ไซเท็กซ์.
- สุรางค์สิริ ศิริมา. (2555). *การทำสัลยกรรมพลาสติกเพื่อความสวยงามของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2556). *การประกัน สุขภาพ*. 20 มกราคม 2559. <http://www.oic.or.th/th/n/n08.php>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Kotler, Philip and Nancy Lee. (2007). *Marketing in the public sector: A roadmap for improved performance*. Upper Saddle River, N.J.: Wharton School Publishing.

Kotler and Philip. (2000). *Marketing management*. Millennium ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice – Hall, Inc.

Thaifinancialadvisor. (2558). *หลักพื้นฐานการประกันภัย*. 21 มกราคม 2559.
<http://www.thaifinancialadvisor.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538748212>





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง

การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง
กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำอธิบาย

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการศึกษางานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ผู้จัดทำวิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับและนำไปใช้ด้านการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น คำตอบของท่าน ไม่มีข้อใดถูกหรือผิดหรือกระทบต่อตัวท่านแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาท่านโปรดช่วยตอบแบบสอบถาม ตามความคิดเห็นของท่านอย่างเป็นอิสระ

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างยิ่ง
นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต โปรแกรมการตลาด รุ่น 17C
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน หรือใส่ข้อมูลในช่องว่าง

1.1 อายุ

(1) 19 – 24 ปี

(2) 25 – 30 ปี

(3) 31 – 36 ปี

1.2 สถานภาพ

(1) โสด

(2) สมรส

(3) หย่าร้าง

1.3 ระดับการศึกษา

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี
- (3) ปริญญาโท (4) ปริญญาเอก

1.4 อาชีพ

- (1) นักเรียน/นักศึกษา
- (2) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- (3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
- (4) พนักงานบริษัทเอกชน
- (5) อาชีพที่พัฒนาต่อเนื่อง (CPD) ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล นักบัญชี วิศวกร สถาปนิก นักสำรวจ

1.5 รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

- (1) 5,000 – 20,000 บาท (2) 20,001 – 50,000 บาท
- (3) 50,001 – 80,000 บาท (4) 80,000 บาทขึ้นไป

1.6 ท่านมีเงินออมหรือไม่

- (1) ไม่มี
- (2) มี เก็บไว้ในรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- (2.1) เงินสด / ทอง (2.2) พันธบัตรรัฐบาล / สลากออมสิน
- (2.3) ที่ดิน (2.4) กองทุนรวม / หุ้นสหกรณ์
- (2.5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

2.1 ท่านเคยทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพหรือไม่

- (1) ไม่เคย (ข้ามไปตอบ ข้อ 2.3)
- (2) เคย ซื้อกับบริษัท (โปรดระบุ).....

2.2 ท่านเคยทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ตัวแทนประกันภัย (2) นายหน้าประกันภัย
- (3) ผ่านธนาคารพาณิชย์ (4) ผ่านทางโทรศัพท์
- (5) ออนไลน์ (Online)

2.3 สาเหตุที่ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ

- (1) ซื้อเพราะคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทน / โบรกเกอร์
- (2) ไม่มีสวัสดิการจากหน่วยงานที่ทำงานอยู่
- (3) ตระหนักถึงประโยชน์ของประกันภัยจากอุบัติเหตุของคนใกล้ตัว
- (4) ต้องการความคุ้มครองที่นอกเหนือจากที่ได้รับจากที่ทำงาน
- (5) ต้องการออมเงินจากการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ
- (6) ต้องการให้เป็นเงินมรดกแก่ลูกหลาน หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน
- (7) ป่วยเป็นโรคที่มีค่าใช้จ่ายสูง
- (8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.4 โฆษณาประกันชีวิตและประกันสุขภาพแบบใดที่สามารถโน้มน้าวใจท่านให้ทำมากที่สุด

- (1) ลีลซึ่งกินใจ (ดราม่า)
- (2) สนุกสนาน / ตื่นเต้น
- (3) อิทธิพลของฟรีเซนต์อร์
- (4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.5 หากท่านทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การชำระเบี้ยประกันภัยที่ต้องการคือแบบใด

- (1) ชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว (2) รายปี
- (3) ราย 6 เดือน (4) รายเดือน
- (5) ผ่อน 0% 3 เดือน (6) ผ่อน 0% 10 เดือน

2.6 หากท่านทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพ วิธีชำระเบี้ยประกันภัยที่ต้องการคือแบบใด

- (1) เงินสด (2) ผ่านบัตรเครดิต (3) ตัดบัญชีออมทรัพย์

ตอนที่ 3 ทักษะการทำการประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รายละเอียด	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
3.1 ด้านความคุ้มครอง					
3.1.1 ประกันควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างความงาม (ที่ไม่ใช่พลาสติก) เช่น การยกกระชับใบหน้า โบท็อกซ์ เป็นต้น					
3.1.2 ประกันควรมีความคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมพลาสติก					
3.1.3 ประกันควรมีความคุ้มครองด้านทันตกรรม					
3.1.4 ประกันควรมีความคุ้มครองโรคผิวหนัง (ผิว / ฝ้า / กระ)					
3.1.5 ประกันควรมีความคุ้มครองโรคเมเร็งที่เกิดเฉพาะในผู้หญิง					
3.2 ด้านผลประโยชน์					
3.2.1 ท่านทราบว่าการทำงานประกันชีวิตสามารถหักลดหย่อนภาษีได้					
3.2.2 การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำได้มากกว่า 1 กรมธรรม์					
3.2.3 การทำประกันชีวิตมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์					
3.2.4 ท่านเลือกความคุ้มครองชีวิตสูงกว่าความคุ้มครองด้านสุขภาพ					
3.2.5 การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพสามารถทำให้ท่านคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิตน้อยลง					

รายละเอียด	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
3.3 ด้านราคา					
3.3.1 หากบริษัท ก (มีความมั่นคงมาก) และ ข (บริษัทเล็กๆ) มีลักษณะความคุ้มครองที่ใกล้เคียงกัน ท่านจะเลือกทำประกันกับบริษัท ข เนื่องจากเบี้ยประกันภัยถูกกว่า					
3.3.2 หากมีแบบประกันชีวิตและประกันสุขภาพกำลังทำโปรโมชันลดราคาอยู่ จะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น					
3.3.3 หากแบบประกันมีความคุ้มครองที่ท่านต้องการ ท่านจะซื้อทันทีโดยไม่เกี่ยงราคา					
3.3.4 คุณยอมจ่ายเงินเพื่อทำประกัน หากแบบประกันนั้นมีความคุ้มครองที่คุณต้องการ					
3.4 ด้านบริษัทรับประกันภัย					
3.4.1 ท่านจะเลือกทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับบริษัทที่มีคนรู้จักแนะนำให้					
3.4.2 หากท่านมีการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับบริษัทใด บริษัทหนึ่งอยู่แล้ว เมื่อต้องการทำฉบับใหม่ ท่านจะทำกับบริษัทเดิม					
3.4.3 ท่านจะแนะนำบริษัทที่ท่านทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพให้คนที่ท่านรู้จัก					
3.4.4 ท่านจะทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับบริษัทในเครือจากต่างประเทศท่านั้น					
3.4.5 ท่านจะทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับบริษัทที่คุ้นเคยและรู้จักมายาวนาน					
3.4.6 ท่านจะทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพกับตัวแทนที่รู้จักและคุ้นเคยกันดี					

ขอขอบพระคุณในการสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามนี้
 นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต โปรแกรมการตลาด รุ่น 17C
 วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล