

การซื้อประกันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

INSURANCE PURCHASING OF CONSUMERS IN CHIANG RAI PROVINCE

การดี สมควรเหตุ และชัยวุฒิ ตั้งสมชัย***

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาเรื่องการซื้อประกันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในอำเภอเมืองเชียงรายในการซื้อประกันสุขภาพ ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 - 2540 ที่ซื้อประกันสุขภาพและอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 394 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-36 ปี อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อประกันสุขภาพกับบริษัท AIA มีเบี้ยประกันสุขภาพ 10,001-15,000 บาท ซื้อประกันสุขภาพเพราะเห็นความสำคัญของการประกันสุขภาพต้องการมีเงินไว้รักษาพยาบาลในยามเจ็บป่วย ตัดสินใจซื้อประกันด้วยตนเอง โดยมีแหล่งข้อมูลและมักซื้อประกันจากตัวแทนประกันเป็นหลัก

ABSTRACT

This article was a study of insurance purchasing of consumers in Chiang Rai province. The purpose of this Study was to study the factors that affected generation Y consumers in Chiang Rai Province in purchasing health insurance. The method of collecting data in the form of primary data by using questionnaire was 394 generation Y consumers who were born between 1981 and 1997, purchasing health insurance and living in Chiang Rai Province. The data was analyzed by using the descriptive statistics which consist of Frequency, Percentage and Mean. The study found that that most respondents are male. They age 31-36 years old, generation Y. They are single. Their education is bachelor's degree. They are private employee, and earning 20,001-30,000 baht per month salary. The most of them purchasing health insurance from AIA company. They have health insurance premium 10,001-15,000 bath. Purchasing health insurance because the importance of health insurance and need money for medical treatment in case of illness. Decision to purchasing insurance by yourself. They have data sources and purchasing insurance from insurance agent.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทนำ

ปัจจุบันหากเกิดล้มป่วย ต้องเข้ารับรักษาในโรงพยาบาล การเลือกแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ การเลือกสถานพยาบาลที่สะดวกสบายในการรักษานั้นมีค่าใช้จ่ายสูง การประกันสุขภาพจึงเป็นอีกทางเลือกในการสร้างหลักประกันสุขภาพให้กับตนเอง เป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งด้านสุขภาพและด้านการเงินในเวลาเดียวกัน ประกอบกับปัจจุบันธุรกิจประกันหันมาขายประกันสุขภาพมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) จากการศึกษาในประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องของสุขภาพ ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ในกลุ่ม Millennials หรือกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ที่มีอายุระหว่าง 25 - 41 ปี หันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกับการวางแผนทางการเงินก่อนวัยเกษียณมากขึ้น (กรุงเทพประกันชีวิต, 2562) ในภาคเหนือจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจตั้งอยู่ติดเขตชายแดน จึงมีประชากรวัยทำงานอาศัยอยู่มาก ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่เป็นวัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพราะมีกำลังซื้อสูง ธุรกิจประกันจึงมุ่งให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภควัยนี้ เพราะมีโอกาสที่ตลาดประกันสุขภาพจะเติบโตสูงขึ้นไปด้วย

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในอำเภอเมืองเชียงรายในการซื้อประกันสุขภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจประกันสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนการตลาดประกันสุขภาพของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพครอบครัว และอาชีพ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกซื้อประกันสุขภาพหรือบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีพฤติกรรมการใช้ชีวิต การทำงาน การคิด และการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและสามารถวิเคราะห์โดยใช้คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เจริญสุข, 2557) ประกอบด้วย 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) เพื่อช่วยให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

วิธีการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มเจนเอเรชั่นวายเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524-2540 ที่ซื้อประกันสุขภาพและอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 394 ราย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทางด้านพฤติกรรมในการซื้อประกันสุขภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.7 อายุ 31-36 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.1 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.2 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพกับบริษัท AIA คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีเบี้ยประกันสุขภาพโดยเฉลี่ยที่ต้องชำระต่อปีคือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.2 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพส่วนใหญ่คือ เห็นความสำคัญของการประกันสุขภาพ ต้องการมีเงินไว้รักษาพยาบาลในยามเจ็บป่วย คิดเป็นร้อยละ 33.0 ส่วนอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพส่วนใหญ่คือ ตัวท่านเอง (หาข้อมูลด้วยตัวเอง ตัดสินใจซื้อเอง) คิดเป็นร้อยละ 51.8 ช่องทางในการซื้อประกันสุขภาพส่วนใหญ่ได้จากตัวแทนประกันชีวิต/ตัวแทนประกันสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 67.0 และแหล่งข้อมูลที่สำคัญส่วนใหญ่ในการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพคือ ตัวแทนประกันชีวิต/ตัวแทนประกันสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 57.1

การอภิปรายผลการศึกษา

ผู้บริโภคนอกระชั้นวัยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-36ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,001-30,000บาทต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงษ์ คำศรี (2561) พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน มีอายุไม่เกิน 30 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด และส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 20,001-30,000 บาทจากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อประกันสุขภาพ พบว่า ผู้บริโภคนอกระชั้นวัยส่วนใหญ่เลือกทำประกันสุขภาพกับบริษัท AIA มีเบี้ยประกันสุขภาพต่อปี 10,001-15,000 บาท ซื้อประกันสุขภาพเพราะเห็นความสำคัญของการประกันสุขภาพ ต้องการมีเงินไว้รักษาพยาบาลในยามเจ็บป่วย ตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ ด้วยตนเอง โดยมีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อและมักซื้อประกันสุขภาพกับตัวแทนประกันชีวิต/ตัวแทนประกันสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรัช มณีวงษ์ (2563) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านช่องทางธนาคารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเบี้ยประกันชีวิตจำนวนต่ำกว่า 50,000 บาท และต้องการซื้อสัญญาเพิ่มเติมเนื่องจากต้องการความคุ้มครองเรื่องค่ารักษาพยาบาลและความคุ้มครองเรื่องโรคร้ายแรง และยังคงกังวลเรื่องค่ารักษาพยาบาลจากการเจ็บป่วยซึ่งเป็นเหตุผลในการซื้อกรมธรรม์ฉบับใหม่

ข้อเสนอแนะ

กลุ่มผู้บริโภคเป็นช่วงวัยที่กำลังสร้างอนาคต ดูแลครอบครัวและมีภาระค่าใช้จ่ายหลายอย่าง จึงควรนำเสนอแผนประกันสุขภาพเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หมดกังวลเรื่องภาระค่าใช้จ่ายหากเกิดการเจ็บป่วยฉุกเฉิน ดังนั้นบริษัทควรวางแผนนำเสนอแผนประกันสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้บริโภค เช่น การนำเสนอแผนประกันสุขภาพแบบเหมาจ่าย ที่มีค่าเบี้ยประกันรายปีไม่เกิน 15,000 บาท เป็นแบบประกันที่มีวงเงินค่ารักษาพยาบาลต่อปีแบบเหมาจ่ายที่ครอบคลุมทุกการรักษา สามารถเคลมประกันได้ง่าย ไม่ยุ่งยากและไม่ต้องสำรองจ่าย

บรรณานุกรม

- กรุงเทพประกันชีวิต. (2562). *คน Gen Y กับเรื่องภูมิคุ้มกันของชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.bangkoklife.com/HappyLifeClub/en/articles/lifestyle/gen-y-people-and-their-immune-system>
- กิตติพงษ์ คำศรี. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันสุขภาพของ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตดินแดง (การศึกษาคั่นคว่ำอิสระ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2557). *ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://maymayny.wordpress.com/2014/12/06>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). *คนไทยแห่ทำประกันสุขภาพ*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-272214>
- พีรัช มณีวงษ์. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านช่องทางธนาคาร (Banc assurance) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และไซเท็ก.