

ทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ

Attitude of People in Amphoe Mueang Chiang Mai Towards Life Insurance
for Retirement Policy

สิทธิพงศ์ วงศ์ษาพาน* และโรจนา ธรรมจินดา**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ

ประชากรของการศึกษาคั้งนี้คือ ประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 30-55 ปี กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 373 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามประมวลผลข้อมูลโดยใช้ ค่าสถิติ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 70,001 บาท ส่วนใหญ่ทำประกันชีวิตแล้ว

ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบของทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ใน 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกและความคิดเห็น และด้านพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้วมีความรู้ความเข้าใจว่า ประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการจ่ายเบี้ยประกันภัยสำหรับกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีอายุกรมธรรม์ตั้งแต่สิบปีขึ้นไป รองลงมาคือ ประกันชีวิตแบบบำนาญ จะจ่ายผลประโยชน์ให้แก่ผู้ทำประกันเมื่อมีอายุตั้งแต่ 55 ปี จนถึง 85 ปีหรือกว่านั้น และประกันแบบบำนาญที่สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ ต้องมีวงเล็บว่าเป็น "บำนาญแบบลดหย่อนได้" กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีความรู้ความเข้าใจว่า ประกันชีวิตแบบบำนาญสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้พึงประเมินได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของรายได้ สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท รองลงมา คือ ประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการจ่ายเบี้ยประกันภัยสำหรับกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีอายุกรมธรรม์ตั้งแต่สิบปีขึ้นไป และประกันชีวิตแบบบำนาญ จะจ่ายผลประโยชน์ให้แก่ผู้ทำประกันเมื่อมีอายุตั้งแต่ 55 ปี จนถึง 85 ปีหรือกว่านั้น

ด้านความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว และชื่อเสียงของบริษัทประกันมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ด้านความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ และความรู้และคำแนะนำโดยตัวแทนประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

ด้านพฤติกรรมของผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก แบ่งออกเป็นด้านเหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ เป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง รองลงมา ด้านแหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ ตัวแทนประกันชีวิต และด้านปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสนใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ รายได้หลังเกษียณ

ด้านพฤติกรรมของผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก แบ่งออกเป็นด้านเหตุผลที่ไม่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญคือ ภาระผูกพันยาวนานเกินไป รองลงมาด้านแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคต คือ ตัวแทนประกันชีวิต และด้านปัจจัยในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคต คือ รายได้หลังเกษียณ

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the attitude of people in Amphoe Mueang Chiang Mai toward life insurance for retirement policy

Populations in this study were specified 373 samples residing in Amphoe Mueang Chiang Mai in age of 30–55 years old in accordance with the convenient sampling method. Questionnaires were used as the tool to collect data. The data obtained were, then, assessed by statistics namely frequency, percentage and mean.

The findings presented that most respondents were married female in the age of 30–35 years old with bachelor's degree. They worked as private company employee and earned monthly income at the over amount of 70,001 Baht. Most of them had already carried life insurance.

According to the study on three attitude components : cognitive, affective, and behavioral components of the people in Mueang Chiang Mai district, the results showed that those who were in a group of people with life insurance for retirement policy were aware that the life insurance for retirement policy was the policy with over 10 years of ceasing age, with the return of profit when the insurer aged at 55–85 years old or over, and with the tax reduction privilege which was limited to the policy attached by the parentheses stating that " retirement policy with tax reduction " , respectively. For those who were in a group of people without life insurance for retirement policy, they were aware that the life insurance for retirement policy was the policy that could be used to deduct the assembling income tax at the maximum of 15 percent for the maximum amount of income at 200,000 Baht. They were also aware that it was the policy with over 10 years in period and with the return of profit when the insurer aged at 55–85 years old or over, respectively.

The top three elements in affective component that the respondents with life insurance for retirement policy ranked were to be the policy fostering an insurer to accumulate pension to secure their retirement age, to serve as security for the insurer and his/her family in the future, and the fame of insurance company affecting decision making towards the life insurance for retirement policy, respectively

The top three elements in affective component that the responds without life insurance for retirement policy ranked were to serve as security for the insurer and his/her family in the future, the fame of insurance company affecting decision making to have the life insurance for retirement policy, and the knowledge and advices as offered by an insurance agent affecting decision making towards the life insurance for retirement policy, respectively.

The top three elements in behavioral component that the respondents with life insurance for retirement policy ranked were respectively compiled from different aspects as follows : the top element in aspect of reason of having life insurance for retirement policy was to be another saving type; the top element in aspect of source of information where they learned about the product prior to purchase was the insurance agent; and the top element in an important aspect arousing their interest to have the life insurance for retirement policy was the income as gained during retirement period.

The top three elements in behavioral component that the respondents without life insurance for retirement policy ranked were respectively compiled from different aspects as follows : the top element in aspect of reason of not purchasing life insurance for retirement policy was to have long term obligations; the top element in aspect of source of information influencing their decision making to have life insurance for retirement policy in the future was the insurance agent; and the top element in an aspect arousing them to have the life insurance for retirement policy in the future was the income as gained during retirement period.

บทนำ

ปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้อายุขัยเฉลี่ยของประชากรในประเทศต่างๆ สูงขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา ในส่วนของประเทศไทยประชากรมีอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้นที่ 71.3 ปี สำหรับเพศชาย และ 78.2 ปี สำหรับเพศหญิงและระหว่างปี พ.ศ.2546-2556 คนไทยมีอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่า 3 ปี ส่งผลให้แนวโน้มประชากรของไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ในปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 10 ล้านคน แต่จากการคาดการณ์พบว่า แนวโน้มประชากรสูงวัยในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 19 ล้านคน ในอีก 20 ปีข้างหน้า (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.ม.มหิดล, 2558) และสิ่งที่ตามมาของการมีอายุยืนยาวขึ้นก็คือ ค่าใช้จ่ายที่ผู้สูงอายุต้องใช้ในการใช้ชีวิตประจำวัน จากผลสำรวจพบว่า รายได้หลักในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุจะมาจากบุตร ถึงร้อยละ 35.7 รองลงมาคือรายได้จากการทำงานของผู้สูงอายุเอง ร้อยละ 34.3 จากเบี้ยยังชีพจากราชการ ร้อยละ 15.3 จากคู่สมรส ร้อยละ 4.6 จากเงินบำเหน็จ/บำนาญ ร้อยละ 4.5 และจากดอกเบี้ยเงินออมที่ผู้สูงอายุได้เก็บออม/เงินออม/การขายทรัพย์สินที่มีอยู่ ร้อยละ 3.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ:ออนไลน์) จากผลสำรวจจะพบว่า

รายได้หลักๆ ของประชากรวัยสูงอายุจะได้รับจากบุตรหรือต้องทำงานเลี้ยงตัวเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ากังวลถ้าประชากรวัยสูงอายุยังต้องทำงานเพื่อหาเลี้ยงตัวเองในช่วงที่ร่างกายเริ่มเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา สาเหตุหนึ่งอาจจะมาจากการเปลี่ยนโครงสร้างของครอบครัว เพราะปัจจุบันโครงสร้างครอบครัวส่วนใหญ่จะเป็นแบบครอบครัวเดี่ยว และอัตราการเกิดของคนไทยก็ลดลง ส่งผลให้มีลูกหลานน้อยลง จึงทำให้ประชากรวัยสูงอายุส่วนใหญ่ยังต้องทำงานเพื่อหารายได้เพื่อเลี้ยงตัวเอง

ประกันชีวิตถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการลดความเสี่ยงเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในอนาคต เพราะ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้มีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด การซื้อประกันชีวิตเป็นหนึ่งในนโยบายที่รัฐบาลต้องการกระตุ้นการออมของประชาชนเพื่อให้มีเงินเพียงพอที่จะใช้ตลอดชีวิต ไม่เป็นภาระของลูกหลานในอนาคต การส่งเสริมการออมที่ได้รับการลดหย่อนภาษี เช่นการทำประกันชีวิตแบบที่มีความคุ้มครองเกิน 10 ปีขึ้นไป และการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ โดยที่ปลายปี 2553 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบข้อเสนองบกระทรวงการคลังสนับสนุนการออมรูปแบบประกันชีวิตแบบบำนาญให้ประชาชนได้ออมไว้ใช้จ่ายภายหลังเกษียณอายุการทำงานโดยเพิ่มเติมค่าลดหย่อนเบี้ยประกันชีวิตที่มีอยู่แล้วตามปกติอีก 200,000 บาท เฉพาะประกันชีวิตแบบบำนาญซึ่งวงเงินที่เพิ่มขึ้นนี้ ต้องไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้และต้องไม่เกินยอดหักลดหย่อนในภาพรวมเมื่อผนวกกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพกองทุนบำเหน็จบำนาญราชการ (กบข.) หรือกองทุนสงเคราะห์ตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชนและค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ต้องไม่เกิน 500,000 บาท (กรมสรรพากร: ออนไลน์) และให้มีผลใช้ได้ทันทีในปีภาษี 2553 ซึ่งเป็นการสนับสนุนการออมเงินเพื่อวัยเกษียณของผู้บริโภคด้วยตนเอง นับเป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดการสร้างนิสัยตื่นตัวเพื่อการเตรียมตัวเข้าสู่วัยเกษียณของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ประกันชีวิตแบบบำนาญถือเป็นประกันชีวิตที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมให้ประชากรวัยทำงานเห็นความสำคัญของการวางแผนและเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยเกษียณด้วยตนเอง แต่ปัจจุบันประกันชีวิตแบบบำนาญยังมีแนวโน้มในการซื้อไม่มากนักและมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับประกันชีวิตประเภทอื่น แต่เริ่มเห็นทิศทางที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แม้ปัจจุบันจะมีประกันแบบบำนาญไม่ถึง 1% ของฐานเบี้ยประกันชีวิตทั้งระบบ ที่ปีนี้คาดว่าจะไม่ต่ำกว่า 4.6 แสนล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับตัวแทนของบริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (บมจ.) โดยรองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร เปิดเผยว่า ปัจจุบันบริษัทมีฐานลูกค้าที่สามารถใช้สิทธิลดหย่อนภาษีปลายปีเป็นประเภทคุ้มครองระยะยาว คิดเป็นเบี้ยรับ 2.04 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 74% เป็นประกันออมทรัพย์ สัดส่วน 25% คิดเป็นเบี้ยรับ 6.88 พันล้านบาท และมีเพียง 1% เท่านั้นที่เป็นเบี้ยประกันบำนาญราว 275 ล้านบาท จากฐานเบี้ยประกันชีวิตรวบรวมของบริษัทที่ 2.75 หมื่นล้านบาท สาเหตุที่ว่าเบี้ยประกันบำนาญมีสัดส่วนน้อยมาก เพราะกรมธรรม์ประเภทนี้เพิ่งเข้ามาทำตลาดช่วง 2-3 ปีเท่านั้น (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, ปีที่ 34 ฉบับที่ 2, 997, ออนไลน์) แต่แนวโน้มการเติบโตของประกันชีวิตแบบบำนาญมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมากในอนาคต เพราะผู้บริโภคเริ่มหันมาสนใจด้านการลงทุนเพื่อเก็บเงินไว้ใช้ในวัยเกษียณมากขึ้น

ตัวอย่างประกันชีวิตแบบบำนาญของบริษัท เอไอเอประเทศไทย ชื่อบำนาญมั่นคง มูลค่าประกันภัยขั้นต่ำ 200,000 บาท เป็นประกันชีวิตแบบบำนาญที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองประชาชนที่ให้ความสำคัญกับการเก็บเงินออมไว้ใช้ในยามเกษียณ โดยกำหนดช่วงอายุของผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญไว้ตั้งแต่ 20-55 ปี (เอไอเอ ประเทศไทย ออนไลน์) ในส่วนของประกันชีวิตแบบบำนาญของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ชื่อ เมืองไทย 8555 จี 20 ก็คล้ายคลึงกับของบริษัท

เอไอเอ โดยกำหนดอายุผู้ทำประกันแบบบำนาญ เริ่มต้นตั้งแต่ 20-55 ปีเช่นกัน แตกต่างกันที่มูลค่าประกันภัยขั้นต่ำของเมืองไทยจะอยู่ที่ 100,000 บาท (เมืองไทยประกันชีวิต ออนไลน์) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชนที่เริ่มทำงานแต่รายได้ยังไม่สูงนัก สามารถที่จะวางแผนการทำประกันชีวิตแบบบำนาญให้ตนเองได้อย่างไม่กระทบกับการดำเนินชีวิตตามปกติ

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ตัวแทนบริษัทประกันชีวิต เอไอเอ ประเทศไทย ได้ข้อมูลว่า ผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป เนื่องจากในวัยนี้ ประชาชนเริ่มทำงานมาได้ระยะหนึ่ง อีกทั้งเริ่มมีเงินเก็บมากขึ้น จึงเริ่มหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงให้แก่ตนเองและครอบครัวต่อไปในอนาคต (พงษ์คุลี สงศรี ตัวแทนประกันชีวิตบริษัท เอไอเอ ประเทศไทย, 16 กุมภาพันธ์ 2558)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย และถือเป็นเขตเศรษฐกิจหลักของภาคเหนือ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งภาษาและวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา เพราะมีสถาบันการศึกษาที่หลากหลาย โดยจำนวนมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งสิ้น 7 แห่ง ทำให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ เป็นผลให้เกิดการขับเคลื่อนจังหวัดเชียงใหม่ให้สามารถพัฒนาได้อย่างมั่นคงต่อไปในอนาคต ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,655,642 คน หรือคิดเป็น 2.57 เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2555: ออนไลน์) จำนวนนี้มีอัตราผู้ถือกรมธรรม์ต่อประชากรเพียง 29.27 เปอร์เซ็นต์ และมีการจ่ายเบี้ยตามกรมธรรม์ประกันชีวิตรวมทุกประเภทอยู่ที่ 4,356 ล้านบาท เมื่อเทียบกับอัตราการถือครองกรมธรรม์ของประชากรทั้งประเทศซึ่งอยู่ที่ประมาณ 32 เปอร์เซ็นต์และมียอดเบี้ยประกันชีวิตตั้งแต่ มกราคม ถึง กรกฎาคม 2557 ทั้งสิ้น 293,586.79 ล้านบาท (สมาคมประกันชีวิตไทย 2557, ออนไลน์) ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติ 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกและความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ โดยกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้คือ ประชาชนที่เริ่มทำงานและมีรายได้ที่มีอายุตั้งแต่ 30-55 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการและตัวแทนประกันชีวิต ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของประชาชนเพื่อส่งเสริมการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีการวางแผนชีวิตในวัยเกษียณได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดด้านการประกันชีวิต คือวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ย

ช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยที่บริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย

2. แนวคิดวงจรชีวิตของความมั่งคั่ง เป็นการแบ่งความมั่งคั่งของคนออกเป็นช่วงอายุต่างๆ กัน 4 ช่วง ในที่นี้จะขอกกล่าวถึงสองช่วงอายุที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

ช่วงที่ 1 ระยะสะสมความมั่งคั่ง (Accumulation Phase) ช่วงอายุประมาณ 20-40 ปีในช่วงแรกนี้เป็นช่วงที่เราเริ่มทำงาน เริ่มตั้งตัว

ช่วงที่ 2 ช่วงระยะมั่นคง (Consolidation Phase) ช่วงอายุประมาณ 40-55 ปี เป็นช่วงที่เราค่อนข้างอยู่ตัว โดยทั่วไปผู้ที่มียุอยู่ในช่วงระหว่างนี้ จะชำระหนี้สินที่สร้างเอาไว้ได้จนเกือบหมดไปแล้ว

3. แนวคิดทฤษฎีทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component)

3.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective Component)

3.3 ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ด้านความรู้สึก (Affective Component) ด้านพฤติกรรม (Behavior Component) ในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

2. ขั้นตอนการศึกษา ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

- 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
- 2) สร้างแบบสอบถาม
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูล
- 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
- 5) จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคครั้งนี้ คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 30-55 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญได้

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้และการทำประกันชีวิตในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

ส่วนที่ 3 ความรู้สึกและความคิดเห็น และพฤติกรรมต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว)

ส่วนที่ 4 ความรู้สึกและความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรมต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (สำหรับผู้ที่ไม่เคยทำประกันชีวิตแบบบำนาญ)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการประกันชีวิตแบบบำนาญ

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้แยกการเก็บแบบสอบถามและผลการศึกษาในส่วนของผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว และยังไม่เคยทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ในส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 เนื่องจาก คำถามจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง จึงไม่สามารถใช้คำถามชุดเดียวกันกับทั้งสองกลุ่มได้ และแบบสอบถาม ได้เพิ่มส่วนความรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นใบแทรกในแบบสอบถาม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ ซึ่งจะทำให้ผู้ตอบสามารถแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญได้

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ ได้กำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 5 ระดับ (ล้วนยศ และอังคณา สายยศ, 2539) ดังนี้ คือ

ระดับคะแนน (จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดคิดเป็น 100%)	ความหมาย
80.01-100.00	มีความเข้าใจมากที่สุด
60.01-80.00	มีความเข้าใจมาก
40.01-60.00	มีความเข้าใจปานกลาง
20.01-40.00	มีความเข้าใจน้อย
0.01-20.00	มีความเข้าใจน้อยที่สุด

การศึกษานี้กำหนดให้คะแนนที่ตอบถูกเป็น 1 คะแนน ตอบผิดเป็น 0 คะแนน ได้ระดับความรู้ความเข้าใจดังนี้

ระดับความรู้ความเข้าใจมากที่สุด	ได้คะแนนระหว่าง 8-9 คะแนน
ระดับความรู้ความเข้าใจมาก	ได้คะแนนระหว่าง 6-7 คะแนน
ระดับความรู้ความเข้าใจปานกลาง	ได้คะแนนระหว่าง 4-5 คะแนน
ระดับความรู้ความเข้าใจน้อย	ได้คะแนนระหว่าง 2-3 คะแนน
ระดับความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด	ได้คะแนนระหว่าง 0-1 คะแนน

ส่วนการวัดความรู้สึกและความคิดเห็น ของประชาชนที่มีต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ การให้ความสำคัญของความคิดเห็นใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์, 2548: 128-130)

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด

กำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้ (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์ , 2548)

ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00	มีระดับความรู้สึกและความคิดเห็นอยู่ในระดับ	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49	มีระดับความรู้สึกและความคิดเห็นอยู่ในระดับ	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49	มีระดับความรู้สึกและความคิดเห็นอยู่ในระดับ	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49	มีระดับความรู้สึกและความคิดเห็นอยู่ในระดับ	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49	มีระดับความรู้สึกและความคิดเห็นอยู่ในระดับ	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วสรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบ

ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 7 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 ช่วงอายุระหว่าง 30–35 ปี สถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 58.2 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.7 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รายได้ต่อเดือน มากกว่า 70,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.3 ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 81.2 แต่ ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว คิดเป็นร้อยละ 22.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

จำแนกตามผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกต้องในประเด็นต่างๆ เฉพาะลำดับแรก คือ ประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการจ่ายเบี้ยประกันภัยสำหรับกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีอายุกรมธรรม์ตั้งแต่สิบปีขึ้นไป จำแนกตามผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกต้องในประเด็นต่างๆ เฉพาะลำดับแรก คือ ประกันชีวิตแบบบำนาญสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้พึงประเมินได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของรายได้ สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและพฤติกรรมต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว จำนวน 82 คน)

ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ในภาพรวมในระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อย มีระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ รองลงมาคือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ โดยเป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง แหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ ตัวแทนประกันชีวิตคิด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ ตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสนใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ รายได้หลังเกษียณ และ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจว่า จะทำประกันชีวิตแบบบำนาญเพิ่มขึ้นในอนาคต

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและแนวโน้มพฤติกรรมต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ จำนวน 291 คน)

ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ในภาพรวมในระดับปานกลาง ส่วนในประเด็นย่อย มีระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว รองลงมา คือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ และความรู้และคำแนะนำโดยตัวแทนประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ไม่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ ภาระผูกพันยาวนานเกินไป ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากแหล่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคต คือ ตัวแทนประกันชีวิต และ ได้รับอิทธิพลจากบุคคลต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคต คือ ตัวเอง ปัจจัยในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคตคือ รายได้หลังเกษียณ ส่วนโอกาสในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคต คือ ยังไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆในการประกันชีวิตแบบบำนาญ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประกันชีวิตแบบบำนาญ ดังนี้ในการทำประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิตเป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ดังนั้น ตัวแทนควรมีจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการ เปิดเผยข้อมูลที่ต้องและแนะนำแบบกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (5 ราย) ตัวแทนประกันชีวิตควรให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องและให้ข้อมูลสถานะของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ที่คุ้มค่ากับการลงทุน (6 ราย) และ ตัวแทนประกันชีวิตควรให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (10 ราย)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ (จำนวน 82 คน)

จำแนกตามเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อย แบ่งตามช่วงอายุได้ ดังนี้

กลุ่มอายุ 30-35 ปี ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

กลุ่มอายุ 36-40 ปี ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตเพิ่มเติมจากการดูแลของรัฐ

กลุ่มอายุ 41-45 ปี ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ

กลุ่มอายุ 46-55ปี ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อย แบ่งตามช่วงรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตเพิ่มเติมจากการดูแลของรัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001-60,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 60,001-70,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตเพิ่มเติมจากการดูแลของรัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 70,001 บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญต่อการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ (จำนวน 291 คน)

จำแนกตามเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมระดับปานกลาง ส่วนในประเด็นย่อยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมระดับปานกลาง ส่วนในประเด็นย่อยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุไม่เกิน 50 ปี มีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มอายุ 51-55 ปี มีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับมากที่สุด ส่วนประเด็นย่อยในแต่ละช่วงอายุประกอบด้วย

กลุ่มอายุ 30-35 ปี 41-45 ปี และ 46-50 ปี ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เช่นกัน ในเรื่อง การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

กลุ่มอายุ 36-40 ปี และ 51-55 ปี มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เช่นกัน ในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท 60,001-70,000 บาท และมากกว่า 70,001 บาท มีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ 50,001-60,000 บาท มีระดับความคิดเห็นภาพรวมระดับมาก ส่วนในประเด็นย่อย แบ่งตามช่วงรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 60,001-70,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก เช่นกัน คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001-60,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 70,001 บาท มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ทศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อประกันชีวิตแบบบำนาญ ผลของการศึกษานำไปอภิปรายผลการศึกษา ตามแนวคิดทศนคติ แนวคิดด้านการประกันชีวิต วงจรชีวิตของความมั่งคั่งและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) พบว่า ประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความเข้าใจในประกันชีวิตแบบบำนาญ ในระดับมาก ส่วนข้อคำถามที่ตอบได้อย่างถูกต้องมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการจ่ายเบี้ยประกันภัยสำหรับกรรมกรประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีอายุกรรมกรตั้งแต่สิบปีขึ้นไป 2) ประกันชีวิตแบบบำนาญ จะจ่ายผลประโยชน์ให้แก่ผู้ทำประกันเมื่อมีอายุตั้งแต่ 55 ปี จนถึง 85 ปีหรือกว่านั้น 3) ประกันชีวิตแบบบำนาญสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้พึงประเมินได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของรายได้ สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท จากส่วนของความเข้าใจ 3 ลำดับแรก มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วิมลพันธ์ ตันติขาลวงศ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำประกันชีวิตในส่วนของความเข้าใจ ในประเด็น เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีได้

2) ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) พบว่า ประชาชนผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว มีระดับความคิดเห็นในภาพรวม เห็นด้วยในระดับมาก โดย ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ ส่วนประชาชนผู้ที่ไม่เคยทำประกันชีวิตแบบบำนาญ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวม ในระดับปานกลาง โดย ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

3) ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) พบว่า ประชาชนที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว มีเหตุผลในการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เนื่องจาก เป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง และ ไม่แน่ใจว่าจะทำประกันชีวิตแบบบำนาญเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมภาพ มณีรัตน์ (2545) เรื่อง ทศนคติของแรงงานสตรีใน

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำประกันชีวิตที่พบว่า เหตุผลในการทำประกันชีวิตคือ ความห่วงใยในอนาคตของครอบครัว และคิดว่าอาจจะทำประกันชีวิตเพิ่มในอนาคตมากที่สุด

ส่วนประชาชนที่ไม่เคยทำประกันชีวิตแบบบำนาญ มีเหตุผลในการไม่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ ภาระผูกพันยาวนานเกินไป และ รายได้จำกัด ส่วนความสนใจในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคตยังไม่แน่ใจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของสมภพ มณีรัตน์ (2545) ที่พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตคือ รายได้จำกัด ส่วนความสนใจในการทำประกันชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าจะทำประกันชีวิตในอนาคต

ด้านพฤติกรรมที่ทั้ง 2 กลุ่ม คือ ประชาชนที่ทำและไม่เคยทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีพฤติกรรมเหมือนกัน คือ แหล่งข้อมูลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมภพ มณีรัตน์ (2545) อย่างไรก็ตาม ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการทำประกันชีวิต ได้แก่ ตนเอง และปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ได้แก่ รายได้หลังเกษียณ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมภพ มณีรัตน์ (2545) ที่พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการทำประกันชีวิต ได้แก่ บิดา มารดา ส่วนสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความสนใจในการทำประกันชีวิต ได้แก่ คำแนะนำและชี้แนะจากญาติพี่น้องและเพื่อน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบ แยกตามองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน ได้ดังนี้

ความเข้าใจ (Cognitive Component)

ความรู้ความเข้าใจของผู้ที่ทำประกันแบบบำนาญแล้วและผู้ที่ไม่ได้ทำประกันแบบบำนาญจะมีระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ทั้งสองกลุ่ม โดยประเด็นย่อยที่มามีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุด คือ ประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการจ่ายเบี้ยประกันภัยสำหรับกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีอายุกรมธรรม์ตั้งแต่สิบปีขึ้นไป

ความรู้สึก (Affective Component)

สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 82 คน) จำแนกตามเพศ พบว่า ระดับความคิดเห็นระหว่างเพศชายและเพศหญิงในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีข้อค้นพบในประเด็นย่อยที่น่าสนใจ คือ

เพศชาย ประเด็นที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

เพศหญิง ประเด็นที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญเป็นการสร้างเงินบำนาญซึ่งเป็นรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองในวัยเกษียณ

จำแนกตามอายุ ความคิดเห็นของผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญจำแนกตามอายุ พบว่า ระดับความคิดเห็นระหว่างอายุในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นในระดับมากในทุกกลุ่มอายุ โดยมีข้อค้นพบในประเด็นย่อยที่น่าสนใจ คือ กลุ่มอายุ 30-35 ปี ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

จำแนกตามรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตเพิ่มเติมจากการดูแลของรัฐ และรายได้ รายได้มากกว่า 70,001

บาท มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทำไว้เพื่อเป็นหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

ความรู้สึก (Affective Component)

สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 291 คน) จำแนกตามเพศ พบว่าระดับความคิดเห็นระหว่างเพศชายและเพศหญิงในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยมีข้อค้นพบในประเด็นย่อยที่น่าสนใจ คือ

เพศชาย มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือ การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัว

เพศหญิง มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือ ข้อเสี่ยงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 51-55 ปี มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และประเด็นที่เห็นด้วยในระดับมาก คือ ข้อเสี่ยงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มรายได้ 50,001-60,000 บาท มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และประเด็นที่เห็นด้วยในระดับมาก คือข้อเสี่ยงของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะ แยกตามองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน ได้ดังนี้

ความเข้าใจ (Cognitive Component)

สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 82 คน)

1. การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ บริษัทไม่ควรละเลยการให้ความรู้กับผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว โดยผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เนื่องจากความรู้ความเข้าใจบางอย่างที่เคยเข้าใจจากการศึกษาเพื่อตัดสินใจซื้อในอดีต อาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนไปจากเดิม หรืออาจมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลใหม่ๆ ซึ่งตัวแทนจะต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ และเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำหรือซื้อกรมธรรม์เพิ่มเติมในอนาคต

สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 291 คน)

1. ตัวแทนประกันชีวิตควรเสนอข้อมูลและรายละเอียดของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญให้ผู้สนใจทราบ เช่น สามารถเลือกชำระเบี้ยเป็นรายเดือน รายสามเดือน รายหกเดือนได้ เพื่อเป็นการจูงใจให้ประชาชนที่สนใจหรือไม่แน่ใจว่าจะทำประกันชีวิตแบบบำนาญได้มีทางเลือกเพิ่มในการชำระเบี้ยประกัน และยังเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ที่มีรายได้ไม่สูง ให้สามารถเกิดการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบบำนาญได้อย่างไม่เดือดร้อน เรื่องค่าใช้จ่ายในครอบครัวและชีวิตประจำวันมากขึ้น

ความรู้สึกลึก (Affective Component) สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว (จำนวน 81 คน)

1. ตัวแทนประกันควรติดตามและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญจะได้รับโดยเฉพาะเพศชาย เนื่องจาก เพศชายจะมีความคาดหวังในผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัวในอนาคตค่อนข้างสูง สำหรับหญิง ตัวแทนประกันชีวิตควรให้ข้อมูลเรื่องรายละเอียดเงินบำนาญที่จะได้รับหลังจากได้ชำระค่าเบี้ยประกันจนครบกำหนด เพราะหญิงจะมีความคาดหวังในเงินบำนาญเพื่อเป็นรายได้เพื่อเลี้ยงตนเองในวัยเกษียณอายุมากกว่าเพศชาย

2. ตัวแทนประกันควรให้ความสำคัญกับผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญในกลุ่มอายุระหว่าง 30-35 ปี เพราะเป็นช่วงอายุที่ให้ความสำคัญกับการสร้างหลักประกันอนาคตให้กับตนเองและครอบครัวสูง จึงถือเป็นโอกาสที่ดี ที่ตัวแทนประกันจะเข้าพบเพื่อเสนอแบบประกันประกันชีวิตใหม่ๆ นอกจากประกันชีวิตแบบบำนาญเดิมที่มีอยู่แล้ว ส่วนกลุ่มผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้วที่มีอายุระหว่าง 46-50 ปี ตัวแทนประกันควรนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการชำระเบี้ยประกันที่สามารถแบ่งชำระได้เป็นรายงวด เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน หรือราย 6 เดือน เป็นต้น เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายเป็นเงินก้อนให้แก่ลูกค้าย่อย

3. สำหรับผู้ที่ทำประกันแบบบำนาญแล้ว ที่มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน บริษัทและตัวแทนประกันชีวิตควรติดตามและนำเสนอข้อมูลและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ผู้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญพึงได้รับ เพราะประชากรกลุ่มนี้ จะให้ความสนใจในคุณภาพชีวิตที่คาดหวังว่าจะได้รับหลังจากเกษียณอายุ และสำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 70,001 บาทต่อเดือน บริษัทประกันชีวิต เป็นผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมองถึงความมั่นคงของตัวบริษัทประกันชีวิตเป็นหลัก ดังนั้น บริษัทประกันควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าเชื่อถือและไม่เคยมีปัญหาในเรื่องที่กระทบต่อความเชื่อมั่นของประชากรกลุ่มนี้ เพราะประชากรกลุ่มนี้ยังมีความสามารถในการทำประกันชีวิตเพิ่มเติมได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญ

สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 291 คน) ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทประกันชีวิตและตัวแทนประกันชีวิต ดังนี้

1. บริษัทควรให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของตัวบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ทั้งเพศชาย และหญิงมีความคิดเห็นในระดับมาก เรื่องชื่อเสียงของบริษัท นั้นแสดงว่า การตัดสินใจทำหรือไม่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญมีส่วนเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงของบริษัทประกันเป็นอย่างมาก

2. ตัวแทนและบริษัทประกันชีวิต ควรเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 30-35 ปี เป็นสำคัญ เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้ มีโอกาสที่จะทำประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคตมากที่สุด ซึ่งไม่ว่าจะตัดสินใจทำเมื่ออายุเท่าใดก็ตาม ตัวแทนประกันและบริษัทประกันควรออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมและดึงดูดใจให้เกิดการทำประกันชีวิตแบบบำนาญให้มากที่สุด เพื่อเป็นข้อเสนอให้กับประชากรกลุ่มนี้ไว้พิจารณา เพื่อตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญหรือไม่ต่อไปในอนาคต

3. ในส่วนของรายได้ ตัวแทนประกันและบริษัทประกันชีวิตควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท ให้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการเสนอกรมธรรม์แบบบำนาญ เพราะประชากรกลุ่มนี้ มีโอกาสที่จะประกันชีวิตแบบบำนาญในอนาคตมากที่สุด

พฤติกรรม (Behavior Component)

สำหรับผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแล้ว (จำนวน 81 คน)

1. ตัวแทนประกันควรติดตามลูกค้าเพื่อ รายงานผลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ต้องจ่ายเบี้ยประกันให้แก่ผู้ทำประกันแบบบำนาญแล้วเป็นระยะๆ เพราะผู้ทำประกันแบบบำนาญแล้วส่วนใหญ่มีเหตุผลในการทำประกันแบบบำนาญเพราะเป็นการออมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง นั่นแสดงว่า ผู้ทำประกันแบบบำนาญแล้วยังคงต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลประโยชน์ในกรมธรรม์อยู่อย่างต่อเนื่อง

2. ตัวแทนควรติดตามลูกค้า เพื่อรายงานข้อมูลใหม่ๆ ที่ผู้ทำประกันควรจะได้รับ หลังจากชำระเบี้ยประกันครบกำหนดตามกรมธรรม์ เพราะ ผู้ทำประกันแบบบำนาญ ส่วนใหญ่ มีความคาดหวังที่จะได้รับเบี้ยบำนาญเพื่อการเลี้ยงชีพตนเองในวัยเกษียณ

สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ (จำนวน 291 คน)

1. สำหรับผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการไม่ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ เพราะภาระผูกพันยาวนานเกินไป ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะให้แก่ตัวแทนประกันและบริษัทประกันในเรื่องรายละเอียดผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ คือ บริษัทอาจพิจารณาออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่มีความยืดหยุ่นในการชำระเบี้ยประกัน เช่น สามารถชำระเบี้ยเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน หรือราย 6 เดือน หรือลดระยะเวลาการจ่ายเบี้ยประกันชีวิตแบบบำนาญลง แต่ต้องไม่ผิดกฎข้อบังคับของการทำประกันชีวิตแบบบำนาญตามที่กฎหมายกำหนดไว้

2. โอกาสในการทำประกันชีวิตแบบบำนาญของผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญแต่สนใจ จำนวนทั้งสิ้น 107 คน ถือว่าเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพสูง จากการศึกษาเปิดเผยว่า ส่วนใหญ่คือเพศหญิง กลุ่มอายุระหว่าง 30-35 ปี และรายได้ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาท ตัวแทนประกันและบริษัทประกันควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ

3. บริษัทประกันควร ออกแบบหรือปรับวงเงินคุ้มครองของประกันแบบบำนาญให้มีวงเงินคุ้มครองที่ไม่สูงจนเกินไป เพื่อจูงใจให้กับผู้มีรายได้ไม่สูงแต่สนใจทำประกันแบบบำนาญ สามารถที่จะทำประกันชีวิตแบบบำนาญได้ เพราะผู้ที่ยังไม่ได้ทำประกันชีวิตแบบบำนาญ ส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะทำประกันชีวิตแบบบำนาญในวงเงิน 200,001-300,000 บาท

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2553). *มาตรการภาษีประกันชีวิตแบบบำนาญและศูนย์กลาง IPC*. ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.rd.go.th/publish/38321.0.html>
- กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ. (2554). *คู่มืออบรมการวางแผนทางการเงิน “บริหารเงินอย่างมั่นคง สู่อิสรภาพที่มั่นคง”*. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2558, จาก <http://www.personnel.nu.ac.th/home/images/data/file/new/advertise/.../02.pdf>
- ฐิตียา มณีสงฆ์. (2554). *ทัศนคติของพระภิกษุสงฆ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการทำประกันชีวิต*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พงษ์ศุภลี ส่งศรี. *ตัวแทนประกันชีวิตบริษัท เอไอเอ ประเทศไทย*. (2558, 16 กุมภาพันธ์). สันภาษณ์.
- พัชรา ตันติประภา. (2553). *หลักการตลาด (Marketing Principles)* (พิมพ์ครั้งที่ 5). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฟองสบู่ชายแดนผุด บั้่นราคาที่ดินเวอร์500%/ห่วงภาคเอกชนสายหน้าลงทุน 5 เขต ศก.พิเศษ. (2557). ค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2557, จาก www.thanonline.com
- มหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2558). *สารประชากรมหาวิทยาลัยมหิดล*. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2558, จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Gazette.aspx>
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2555). *จำนวนประชากรแยกตามอายุ*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- ล้วนยศ สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). *สถิติวิทยาทางการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- วิมลพันธ์ ตันติขวาลวงศ์. (2552). *ทัศนคติของสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำประกันชีวิต*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัดณ์. (2548). *วิจัยธุรกิจยุคใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2539. *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิง.
- สมภพ มณีรัตน์. (2545). *ทัศนคติของแรงงานสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำประกันชีวิต*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2556). *ข้อมูลสถิติประกันภัย.ผลการรับประกันชีวิตแบ่งตามจังหวัดหรือสาขารวมทุกประเภท ประจำปีเดือน มกราคม-มิถุนายน 2556*. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.oic.or.th/th/statistics/inner4.php>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *สถิติประชากรของประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2558, จาก <http://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/Phrasiam/Documents/...2557/No.15.pdf>

- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2553). *จำนวนประชากรจากงานทะเบียน จำแนกตามหมวดอายุรายปี เพศ และเขตการปกครอง พ.ศ. 2553*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2557, จาก http://chiangmai.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&id=102&Itemid=507
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. 2550. *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เอไอเอ ประเทศไทย. (ม.ป.ป). *เอไอเอ บำนาญ มั่นคง (บำนาญแบบลดหย่อนภาษีได้)*. ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.aia.co.th/th/individuals/product-and-services/annuity/aiaannuity-fix.html>
- Munn, N. L. (1971). *Introduction to Psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.