

## ทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ Attitude of Generation Y in Chiang Mai District to Life Insurance Agents Career

ปณชญา ปินตาชนาโชติ\* และโรจนา ธรรมจินดา\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 402 ราย โดยแบ่งตามช่วงอายุคือ ช่วงอายุระหว่าง 21 - 26 ปี ช่วงอายุระหว่าง 27 - 32 ปี และช่วงอายุระหว่าง 33 - 38 ปี เท่ากัน จำนวน 134 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาขั้นสูงสุดคือปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท โดยมีความคิดเห็นต่อเหตุผลที่จะตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตคือ งานอิสระ โดยมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี ตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นพนักงาน รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน 10,000 - 30,000 บาท และแหล่งที่มาของรายได้หลักที่ใช้ดำรงชีพอยู่ในปัจจุบันคือ เงินเดือน

ผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ผลการศึกษาด้านความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยเห็นด้วยลำดับแรกคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดี รองลงมาคือ การอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind)

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเลือกประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต พบว่าส่วนใหญ่มีความสนใจในการเลือกประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย และไม่มีแนวโน้มที่จะแนะนำบุคคลประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

### Abstract

The study on “Attitude of Generation Y in Mueang Chiang Mai District to Life Insurance Agents Career” aimed at exploring the attitude of generation Y to the life insurance agent career. In this study, there were totally 402 samples, classified by age ranges: a group of 21-26 years old; a group of 27-32 years old; and a group of 33-38 years old; each group equally consisted of 134 samples. Questionnaires were used as the research tool and data were analyzed by frequency, percentage, and mean.

The findings presented that most respondents were single female with education background in Bachelor's degree and worked as company employee. Their opinion towards a reason of choosing life insurance agent career was to be an independent career. They had been working for over 5 years and their

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

current position was an employee. Their current monthly income was 10,000-30,000 Baht and their main income to be spent for living costs came from salary.

Results of the study on comprehension of the respondents towards life insurance agent career revealed that they had high level of comprehension.

According to the study on opinions of the respondents towards life insurance agent career, the findings presented that their opinions towards life insurance agent career were rated in Agree level for following terms: a life insurance agent must comprehend well on life insurance products; trainings and life insurance agent certification test were required for a life insurance agent; and the life insurance agent must be patient and service-minded.

According to the study on behavioral tendencies of the respondents towards life insurance agent career, the findings presented that the majority had low level of interest in life insurance agent career and did not tend to recommend others to work in this filed.

## บทนำ

ปัจจุบันองค์การสหประชาชาติ (UN) ประมาณการว่าประชากรโลก มีจำนวนราวๆ 7,300 ล้านคน ณ เดือนกรกฎาคม ค.ศ.2015 และจะเพิ่มจำนวนเป็น 8,500 ล้านคน ในปีค.ศ. 2030 และ 11,200 ล้านคน ในปีค.ศ. 2100 (สำมะโนประชากร, 2558) สิ่งที่ประชากรแต่ละยุคเผชิญต่างกัน ทำให้ประชากรที่เกิดและเติบโตในแต่ละช่วงเวลามีลักษณะนิสัยที่ต่างกันออกไป สำหรับประชากรของประเทศไทยคาดว่าในกลางปี 2561 มีประมาณ 66,234,000 คน (สารประชากรมหาสมุทร, 2561) ข้อมูลประชากรไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีทั้งหมด 1,615,119 คน แยกเป็นประชากรชาย 780,090 คน ประชากรหญิง 835,029 คน ประชากรในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 227,588 คน แยกเป็นประชากรชาย 106,239 คน ประชากรหญิง 121,349 คน ประชากรกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุ 21 - 38 ปี รวม 61,896 คน แยกเป็นประชากรชาย 30,913 คน และ ประชากรหญิง 30,977 คน (ข้อมูลประชากรจังหวัดเชียงใหม่, 2560)

เจนเนอเรชั่น (Generation) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่าเจน (Gen) คือการแบ่งเจนเนอเรชั่นตามยุคสมัยตามช่วงปีที่เจนเนอเรชั่นนั้นๆ เกิด เจนเนอเรชั่นทั่วไปจะแบ่งออกเป็น เจนเนอเรชั่นเบบี้บูม (Baby Boomer) เกิดปีพ.ศ. 2489 - 2507 อายุประมาณ 54 - 72 ปี เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เกิดปี พ.ศ. 2508 - 2522 อายุประมาณ 39 - 53 ปี เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เกิดปี พ.ศ. 2523 - 2540 อายุประมาณ 21 - 38 ปี และ เจนเนอเรชั่นซี (Generation Z) เกิดปี พ.ศ.2540 อายุประมาณ 20 ปีลงไป (ภัทริดา อู่อุทัย และนิตยา เจริญประเสริฐ, 2559) สำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายจะมีลักษณะพิเศษ ไม่ชอบความจำเจ ไม่ชอบงานประจำ มีความมั่นใจในตัวเองสูง ให้ความสนุกกับความสุขไปพร้อมกัน แต่งานซ้ำ ชอบทำงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ใช้อารมณ์ตนเองเป็นที่ตั้ง ชอบศึกษารูทการการเงิน สนใจการลงทุนทำให้เงินที่มีอยู่งอกเงยขึ้น มีความรู้ทางการเงินการลงทุน มีทัศนคติที่ต้องการสร้างความมั่งคั่งให้เร็วที่สุดให้กับตัวเอง (คน Gen Y เหมาะกับบ้านแบบไหน, 2561)

บริษัทประกันชีวิตเปิดให้บริการในประเทศไทยมีทั้งหมด 24 บริษัท จังหวัดเชียงใหม่ มีบริษัทประกันชีวิตเปิดให้บริการทั้งหมด 15 บริษัท มีตัวแทนประกันชีวิตทั่วประเทศไทย ณ 31 ธันวาคมปี 2560 ทั้งหมด 274,560 คน (สถิติรวมคนกลางประกันภัย, 2561) การประกันชีวิตมีความสำคัญกับทุกชีวิต เพราะการประกันชีวิตเป็นการออมเงินเพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณ หากบุคคลมีอายุยืนต้องเตรียมเงินค่าใช้จ่ายไว้ใช้ในวัยเกษียณ ประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคงให้ครอบครัว

และบุคคล หากบุคคลใดในครอบครัวเจ็บป่วย บริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่จ่ายค่ารักษาพยาบาล และประกันชีวิตช่วยสร้างความมั่นคงให้ครอบครัว ในกรณีที่ครอบครัวใดต้องสูญเสียผู้นำครอบครัว จะมีเงินสดจากประกันชีวิต เป็นจำนวนเงินเท่าทุนประกันชีวิต ที่เตรียมไว้เป็นค่าใช้จ่ายของครอบครัว นอกจากนี้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปลดหย่อนภาษีให้บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล (พจนีย์ ธนาวรา, 2545)

ธุรกิจประกันชีวิตไทยในปี 2560 มีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (มกราคม - ธันวาคม 2560) มีเบี้ยประกันชีวิตรับรวมทั้งสิ้น 601,724.69 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตถึง ร้อยละ 5.89 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในส่วนของช่องทางการจำหน่ายนั้น ตัวแทนประกันชีวิต (Agency) ยังคงเป็นช่องทางหลักและช่องทางสำคัญในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต โดย ณ สิ้นปี 2560 มีสัดส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางผ่านตัวแทนมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 49.20 ด้วยเบี้ยประกันชีวิตรับรวมจำนวน 296,046.92 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.08 เศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มขยายตัว ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น และตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน ตลอดจนการบริหารความเสี่ยงของอนาคตรวมถึงมาตรการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยกรมสรรพากรได้ให้สิทธิผู้เอาประกันภัยสามารถนำเบี้ยประกันสุขภาพมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจำนวน 15,000 บาท ซึ่งเมื่อนำมารวมกับเบี้ยประกันชีวิตแล้วสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้สูงสุดที่ 100,000 บาท นับว่าเป็นแรงจูงใจที่สำคัญประการหนึ่ง ในการส่งเสริมให้ประชาชนทำประกันชีวิต และประกันสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันภัยรับรวมจากประกันสุขภาพระหว่าง มกราคม - กันยายน ของปี 2560 จำนวน 46,337.49 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 7.42 โดยในปี 2561 นี้ คาดว่าจะเติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 (นุสรา บัญญัติปิยพจน์, 2561) ประกอบด้วยธุรกิจประกันชีวิต มีการขยายตัวที่ต่อเนื่องติดอันดับหนึ่งในสิบธุรกิจดาวรุ่งติดต่อกันหลายปี (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) และธุรกิจประกันชีวิตขึ้นตรงกับกระทรวงการคลัง มีคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คป.ก.) และมีสมาคมตัวแทนประกันชีวิตไทย (THAIFA) รับผิดชอบขั้นตอนการขอรับใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต (License) รวมถึงให้ความสำคัญกับการสร้างตัวแทนประกันชีวิต และพัฒนาตัวแทนประกันชีวิตเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการกับการซื้อประกันชีวิตของประชาชน ซึ่งกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต ที่สมาคมตัวแทนประกันชีวิตไทยให้ความสำคัญและแนะนำให้บริษัทประกันชีวิตเน้นย้ำ ให้ผู้บริหารตัวแทนประกันชีวิตชักชวนเข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นพิเศษ คือ กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เนื่องจากประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) กำลังเริ่มมีอายุเริ่มต้นของการทำงาน มีอนาคตการทำงานยาวนานเป็นอนาคตของบริษัทและของธุรกิจประกันชีวิต มีขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มว่าจะมีขนาดใหญ่กว่า เจนเนอเรชั่นอื่น ที่สำคัญอีกประการคือ เพื่อสร้างความยั่งยืนในธุรกิจประกันชีวิต และอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระยะยาว (บงกช บวรเลิศ, 2560)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและมีความสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาวของธุรกิจประกันชีวิต แต่กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย อาจยังไม่รู้จักอาชีพตัวแทนประกันชีวิตเท่าที่ควร จึงส่งผลให้กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายเลือกทำงานอาชีพตัวแทนประกันชีวิตน้อย ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบอาชีพผู้บริหารตัวแทนประกันชีวิตบริษัทประกันชีวิต จะได้นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานบริหารตัวแทนประกันชีวิต ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น เพราะการที่บริษัทประกันชีวิตใดมีตัวแทนประกันชีวิตเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวนมากจะส่งผลถึงความเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทประกันชีวิตนั้นต่อไป

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของเจนเนอเรชันวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของเจนเนอเรชันวาย ที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปใช้เป็นแนวทาง ในการสร้างตัวแทนประกันชีวิต เจนเนอเรชันวายต่อไป

## นิยามศัพท์

**ทัศนคติ** ในที่นี้หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ความคิดเห็น และ พฤติกรรมของเจนเนอเรชันวาย ที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

**เจนเนอเรชันวาย** หมายถึง คนที่เกิดปี พ.ศ. 2523 - 2540 อายุประมาณ 21 - 38 ปี

**ตัวแทนประกันชีวิต** หมายถึง ผู้ซึ่งมีใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต ที่บริษัทประกันชีวิตได้มอบหมาย ให้ทำการชักชวนให้บุคคล ทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท ตัวแทนประกันชีวิตจึงเป็นทั้งตัวแทนของบริษัท และตัวแทนของผู้ถือกรมธรรม์ หรือ ผู้เอาประกัน หรือลูกค้าผู้ซื้อประกันชีวิต

**ประกันชีวิต** หมายถึง การประกันชีวิตเป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัย อันเนื่องจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน แก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิต จะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าว ไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย

## แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษานี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ซึ่งองค์ประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component: Learn) 2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component: Feel) 3) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component: Do) และแนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย และแนวคิดความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต

## วิธีการศึกษา

### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยเรื่อง ทัศนคติของเจนเนอเรชันวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายสัญชาติไทย ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ไม่มีใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต (คนที่ไม่เป็นตัวแทนประกันชีวิต) และไม่รวมคนที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตหรือคนที่มีใบอนุญาตตัวแทนอยู่แล้วซึ่งเกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523 - 2540 มีอายุประมาณ 21 - 38 ปี โดยจำแนกเป็น 3 ช่วงอายุ ช่วงอายุละเท่าๆ กัน 134 ราย คือ ช่วงอายุ 21 - 26 ปี ช่วงอายุ 27 - 32 ปี และช่วงอายุ 33 - 38 ปี

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวน 402 ตัวอย่าง และเลือกใช้วิธีเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จากกลุ่มตามเงื่อนไขที่ได้แบ่งไว้ 3 ช่วงอายุ ช่วงละ 134 ราย

#### วิธีการเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มคนยุค Generation Y ซึ่งเกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523 - 2540 มีอายุประมาณ 21 - 38 ปี โดยจำแนกเป็น 3 ช่วงอายุ ช่วงอายุละเท่าๆ กัน 134 ราย คือ ช่วงอายุ 21 - 26 ปี ช่วงอายุ 27 - 32 ปี และช่วงอายุ 33 - 38 ปี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารที่มีการเผยแพร่ หนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน อาชีพ ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือนในงานปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทัศนคติของเจนเนอเรชันวาย ไม่รวมคนที่มีใบอนุญาตตัวแทน (คนที่เป็นตัวแทนตัวแทนประกันชีวิตอยู่แล้ว) ที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต 2) ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต 3) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

### สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 62.9 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.0 การศึกษาขั้นสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 69.9 อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็น ร้อยละ 48.8 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี คิดเป็น ร้อยละ 45.9 ตำแหน่งงานในปัจจุบันพนักงาน คิดเป็น ร้อยละ 57.7 มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน 10,000 - 30,000 บาทคิดเป็น ร้อยละ 55.5 มีแหล่งที่มาของรายได้หลักที่ใช้ดำรงชีพอยู่ในปัจจุบันจากเงินเดือนประจำคิดเป็น ร้อยละ 71.9 และมีความคิดเห็นต่อเหตุผลที่จะเลือกตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตคือความอิสระ คิดเป็นร้อยละ 49.0

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของเจนเนอเรชันวาย

##### 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.4 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับ เห็นด้วย ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ในปัจจัยย่อยมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.15 มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ย 4.09 และ ตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind) มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

## 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.26 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.8 และสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.9 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีแนวโน้มที่จะแนะนำบุคคลประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมามีแนวโน้มที่จะแนะนำบุคคลประกอบอาชีพประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 29.6 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่จะตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ความอิสระเรื่องเวลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา รายได้ไม่มีเพดาน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และลงทุนน้อย คิดเป็น ร้อยละ 32.1ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเป็นตัวแทนประกันชีวิตโดยเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จัก ญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 52.2 รองลงมา ระดับไม่สำคัญสามารถทำงานร่วมกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 24.4 และระดับสำคัญมากน้อยสุด คิดเป็น ร้อยละ 23.4 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ กับการตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจะเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่น คือมีภาวะผู้นำคิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาเลือกผู้ชักชวนขยัน กระตือรือร้น คิดเป็นร้อยละ 35.1 และ มีความจริงใจ คิดเป็นร้อยละ 33.8 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 ข้อมูลทัศนคติของเงินเนอเรชั่นวัยจำแนกตามอายุ

### 3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุ 21 - 26 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย คิดเป็น ร้อยละ 23.1 และระดับปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 22.4 ตามลำดับ ช่วงอายุ 27 - 32 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.4 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ ช่วงอายุ 33 - 38 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.3 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

### 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตจำแนกตามช่วงอายุ

ผลการศึกษาพบว่าช่วงอายุ 21 - 26 ปี มีความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยรวม 3.69 ในปัจจัยย่อยมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยที่การอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับตัวแทนประกันชีวิต ค่าเฉลี่ย 4.05 มากที่สุด รองลงมาคือประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดีค่าเฉลี่ย 4.04 และ อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเหมาะกับคนที่มนุษย์สัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับช่วงอายุ 27- 32 ปี มีความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ในปัจจัยย่อยมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยผู้ที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดี และการอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ค่าเฉลี่ย 4.16 มากที่สุด รองลงมาคือตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind) ค่าเฉลี่ย 4.15 และตัวแทนประกันชีวิตที่

ประสบความสำเร็จในการขายต้องมีความอดทนสูง เช่นพบลูกค้า 10 คน ขายได้เพียง 1คน ค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ ช่วงอายุ 33 - 38 ปีมีความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยรวม 3.76 ในปัจจัยย่อยมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งผู้ที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดีค่าเฉลี่ย 4.26 มากที่สุด รองลงมา มีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย ตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind) ค่าเฉลี่ย 4.16 และตัวแทนประกันชีวิตต้องมีบุคลิกภาพที่ดีน่าเชื่อถือค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

### 3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตจำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุ 21 - 26 ปี มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.23 มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.3 มากที่สุด รองลงมาสนใจปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 32.8 และ สนใจน้อยที่สุดที่คิดเป็นร้อยละ 23.1 ช่วงอายุ 27 - 32 ปี มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับน้อย คิดเป็น ค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.40 มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 36.6 มากที่สุด รองลงมาสนใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.1 และสนใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.4 ตามลำดับ ช่วงอายุ 33 - 38 ปี มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับน้อยค่าเฉลี่ย 2.14 มีความสนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาสนใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.6 และสนใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.1 ตามลำดับ

### 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จัก ญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับใด

ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุ 21 - 26 ปี ส่วนใหญ่ เลือกเป็นตัวแทนประกันชีวิตโดยเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จัก ญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง ร้อยละ 64.9 รองลงมาไม่สำคัญ สามารถทำงานร่วมทีมกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ได้ ร้อยละ 23.9 และ สำคัญมาก ร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ช่วงอายุ 27 - 32 ปี ส่วนใหญ่เลือกเป็นตัวแทนประกันชีวิตโดยเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จัก ญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 46.3 รองลงมาไม่สำคัญ สามารถทำงานร่วมทีมกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 25.4 ตามลำดับ

ช่วงอายุ 33 - 38 ปี ส่วนใหญ่เลือกเป็นตัวแทนประกันชีวิตโดยเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จัก ญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง ร้อยละ 45.5 รองลงมาสำคัญมาก คิดเป็น ร้อยละ 33.6 และไม่สำคัญ สามารถทำงานร่วมทีมกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ได้ คิดเป็น ร้อยละ 20.9

ตามลำดับ

### 3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจะเลือกผู้ชักชวน ที่มีลักษณะเด่นทางด้านใด

ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุ 21-26 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจะเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่นทางด้านมีภาวะผู้นำ คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือขยันกระตือรือร้น คิดเป็นร้อยละ 29.9 และ สอนงานทีมเก่ง เป็นผู้สนับสนุนที่ดี คิดเป็น ร้อยละ 28.4 ตามลำดับ

ช่วงอายุ 27 - 32 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจะเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่นทางด้านมีภาวะผู้นำ คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา มีความจริงใจ คิดเป็นร้อยละ 34.3 และ เป็นผู้สนับสนุนที่ดี คิดเป็นร้อยละ 33.6 ตามลำดับ

ช่วงอายุ 33 - 38ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจะเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่นทางด้านขยันกระตือรือร้นและมีภาวะผู้นำเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาที่มีความจริงใจคิดเป็นร้อยละ 40.3 และ สอนงานที่มั่งคั่งคิดเป็นร้อยละ 34.ตามลำดับ

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติของเจนเนอเรชันวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อภิปรายผลการศึกษา ตามทฤษฎีองค์ประกอบของทัศนคติ 3 องค์ประกอบดังนี้ องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component: Learn) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component: Feel) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component: Do) โดยมีรายละเอียดดังนี้

**องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component: Learn)** หมายถึง ความเชื่อหรือความรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งความเชื่อนี้อาจเป็นความเชื่อที่ถูกหรือผิดหรืออาจเป็นความเชื่อในแง่บวกหรือลบก็ได้ จากการศึกษาพบว่า เจนเนอเรชันวาย ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.4 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรธณวดี สถิตถาวร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ (2553) ที่มีการศึกษาเรื่องทัศนคติของคนรุ่น Gen Y ต่อการทำงานในระบบราชการ พบว่า คนรุ่น Gen Y มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการทำงานในระบบราชการและสอดคล้องกับคุณลักษณะพิเศษของคนเจนเนอเรชันวาย คือ ไม่ชอบความจำเจ ไม่ชอบงานประจำ ชอบงานสร้างสรรค์และท้าทาย (คน Gen Y เหมาะกับบ้านแบบไทย, 2561)

**องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component: Feel)** หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคทั้งในแง่บวกและแง่ลบ อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งหนึ่งมากน้อยเพียงไร จากการศึกษาพบว่า เจนเนอเรชันวายมีความคิดเห็นที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ในปัจจัยย่อยมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.15 มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ย 4.09 และตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind) มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของฐากร ไพสิฐอนันต์ (2554) ที่มีการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิตจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือด้านงานที่ปฏิบัติและผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับคุณลักษณะพิเศษของคนเจนเนอเรชันวาย มั่นใจตัวเองสูง ชอบศึกษารูกระดานการเงินมีความรู้ทางการเงินการลงทุน (คน Gen Y เหมาะกับบ้านแบบไทย, 2561) สาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน อาจมาจากการศึกษากลุ่มประชากรที่ต่างเจนเนอเรชันกัน ทำให้กลุ่มประชากรต่างด้านประสบการณ์ ต่างด้านการประกอบอาชีพการงานส่งผลให้เกิดความต่างขององค์ประกอบด้านความรู้สึก เช่นกัน

**องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component: Do)** หมายถึงการกระทำใดๆ ของผู้บริโภคอันเกิดจากความเชื่อและความรู้สึกที่เกิดขึ้น พฤติกรรมหรือการกระทำอาจแสดงในรูปของการซื้อหรือการหลีกเลี่ยงการไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ การใช้ผลิตภัณฑ์หรือการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า เจนเนอเรชันวาย สนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.26 และส่วนใหญ่สนใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.1 และไม่มีแนวโน้มที่จะแนะนำบุคคลประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 70.4 เจนเนอเรชันวายมีเหตุผลที่จะตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ด้านความอิสระเรื่องเวลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 เลือกเป็นตัวแทนประกันชีวิตโดยเลือกอยู่ในทีมกับคนรู้จักหรือญาติ เพื่อน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับใด ระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็น



ร้อยละ 52.2 และการตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตโดยจะเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่นทางด้านใดส่วนใหญ่เลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่น มีภาวะผู้นำ คิดเป็นร้อยละ 46.3 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงใจ ดิษสลุ (2558) ที่มีการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลในการปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิตจำกัด สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต 5 ด้านคือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้า ความมั่นคง ผลตอบแทนและสวัสดิการนอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับคุณลักษณะพิเศษของคนเจนเนอเรชั่นวายในด้านกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายรักอิสระ แต่ไม่สอดคล้องกับคุณลักษณะของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายในด้านมีทัศนคติที่ดีต่อการสร้างความมั่นคงให้เร็วที่สุดให้กับตัวเอง (คน Gen Y เหมาะกับบ้านแบบไหน, 2561) สาเหตุที่ผลการศึกษาบางประเด็นไม่สอดคล้องกัน อาจมาจากการศึกษากลุ่มประชากรที่ต่างเจนเนอเรชั่นกัน ทำให้กลุ่มประชากรมีความต่างด้านประสบการณ์ต่างด้านการประกอบอาชีพการงาน ส่งผลให้เกิดความต่างขององค์ประกอบด้านความรู้สึกร่วมกัน

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทน จากข้อค้นพบที่ว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับดีมาก แต่อย่างไรก็ตามยังมีเจนเนอเรชั่นวายบางส่วน ที่มีความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตในระดับปานกลางและในระดับน้อย ดังนั้นหน่วยงานเช่น คปภ. บริษัทประกันชีวิต สมาคมประกันชีวิตไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งส่งเสริม ให้ความรู้ความเข้าใจต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายและบุคคลทั่วไปอย่างแพร่หลายขึ้น
2. ทัศนคติเห็นต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต จากข้อค้นพบที่ว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายโดยรวมมีทัศนคติเห็นด้วย ที่ผู้ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นอย่างดี และตัวแทนควรได้รับการอบรมและสอบใบอนุญาตจำเป็นสำหรับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต รวมถึงตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความอดทนและต้องมีใจรักงานบริการ (service mind) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเร่งส่งเสริมให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เกิดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยเฉพาะเน้นย้ำเรื่องการมีใจรักการบริการ (service mind)
3. ทัศนคติเห็นว่า อาชีพตัวแทนประกันชีวิต จากข้อค้นพบที่ว่า อาชีพตัวแทนประกันชีวิตไม่น่าสนใจเพราะไม่มีความมั่นคง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเร่งส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตและสิ่งที่น่าสนใจ โดยเฉพาะนำเสนอถึงความมั่นคงของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ทราบมากขึ้น เช่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอความรู้ประกันชีวิต คุณค่าของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอย่างถูกต้อง และนำเสนอตัวอย่างกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ให้กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ไม่ใช่ตัวแทนประกันชีวิตทราบ
4. แนวโน้มที่จะแนะนำหรือไม่แนะนำบุคคลประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต จากข้อค้นพบที่ว่าเจนเนอเรชั่นวายมีแนวโน้มที่จะไม่แนะนำบุคคลประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตมากกว่ามีแนวโน้มที่จะแนะนำบุคคลประกอบอาชีพประกันชีวิต ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์คุณค่าของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตอย่างหลากหลายช่องทาง และใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เช่น facebook line instagram tiktok youtube google เป็นต้น
5. เหตุผลที่จะตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต จากข้อค้นพบที่ว่าเจนเนอเรชั่นวาย มีเหตุผลที่จะตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ความอิสระเรื่องเวลามากที่สุด รองลงมาเรื่องรายได้ไม่มีเพดาน และลงทุนน้อย ดังนั้นผู้บริหารตัวแทน และตัวแทนประกันชีวิตรุ่นพี่ ที่เป็นผู้ชักชวนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายรายใหม่ มาประกอบอาชีพตัวแทน

ตัวแทนประกันชีวิต ควรเน้นจุดเด่นของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในมุมมอง ที่เข้าถึงคุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวัย เป็นเหตุผลในการชักชวนคือเรื่องความอิสระของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต รายได้ไม่มีเพดาน และลงทุนน้อย

6. ความสำคัญกับการเลือกผู้ชักชวนประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นคนรู้จักญาติ หรือ เพื่อน หรือไม่ รู้จักมาก่อน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเร่งส่งเสริมและเพิ่มทักษะ ในการชักชวนตัวแทนประกันชีวิตใหม่ ให้กับผู้บริหาร ตัวแทน และตัวแทนประกันชีวิตรุ่นพี่ ที่จะเป็นผู้ชักชวนตัวแทนประกันชีวิตใหม่ โดยเน้นย้ำ เพิ่มทักษะการชักชวนทั้งคนรู้จัก และคนไม่รู้จักเข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

7. ความสำคัญเลือกผู้ชักชวนที่มีลักษณะเด่น จากข้อค้นที่ว่า เจเนอเรชั่นวัยให้ความสำคัญเลือกผู้ชักชวน ที่มีลักษณะเด่นทางด้าน การมีภาวะผู้นำ รองลงมาเลือกผู้ชักชวนขยันกระตือรือร้น และมีความจริงใจ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดี อย่างไรก็ตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้บริหารตัวแทน และตัวแทนประกันชีวิตรุ่นพี่ ควรมีความสัมพันธ์ด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ความซื่อสัตย์ และมีประวัติทางการเงินที่ดี เป็นต้น

8. จำแนกตามช่วงอายุ มีข้อแตกต่าง พบว่า ช่วงอายุ 33 - 38 ปี เห็นด้วยกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิตมี รายได้โดยเฉลี่ยสูงกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาทำงานใกล้เคียงกัน ส่วนช่วงอายุ 21 - 26 ปี และ 27 - 32ปี เห็นด้วยปานกลาง พบว่า ช่วงอายุ 33- 38 ปี เห็นด้วยอย่างยิ่งกับผู้ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตต้องมีความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ชีวิต เป็นอย่างดี ส่วนช่วงอายุ 21 - 26 ปี และ 27 - 32 ปี เห็นด้วย นอกจากนั้นพบว่า ช่วงอายุ 33 - 38 ปี ให้ความสำคัญมากกับ การเลือกอยู่ในทีมผู้ชักชวนที่ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นคนรู้จัก ญาติ หรือ เพื่อน ส่วนช่วงอายุ 21 - 26 ปี และ 27-32ปี เห็นว่า ไม่สำคัญ สามารถเลือกทำงานร่วมกับคนไม่รู้จักก็ได้รองจากความสำคัญปานกลาง ดังนั้นหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมและเน้นย้ำให้เจนเนอเรชั่นวัยเกิดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยคำนึงถึงช่วงอายุ เนื่องจากเจนเนอเรชั่นวัยแต่ละช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

## บรรณานุกรม

*การเปลี่ยนแปลงของประชากรโลก.* (2558). สืบค้นจาก <https://th.m.wikipedia.org>

กฤษณี เวชสาร. (2551). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

*คน Gen Y เหมาะกับบ้านแบบไหน.* (2561). สืบค้นจาก <https://www.home.co.th/home/detail/82294-7-%>

ฐากร ไพลีธอนันต์. (2554). *แรงจูงใจในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิตจังหวัดชลบุรี.*

(การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา).

ดวงใจ ดิษสกูล. (2558). *แรงจูงใจที่มีอิทธิพลในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิตจำกัด*

*สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์.* (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น).

ทินกร โรงคำ และพัชรา ตันติประภา. (2558). ส่วนประกอบการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวัยในการเลือก

*พิตเนสในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

นุสรรา (อัสสกุล) บัญญัติปิยพจน์. (2561). *สมาคมประกันชีวิตไทยเผยธุรกิจประกันชีวิตปี 60.* สืบค้นจาก

<http://www.tlaa.org>

บงกช บวรฤกษ์. (2561). *นายก THAIF นำกก.ชุดใหม่สร้าง 50,000 สมาชิก เจาะกลุ่ม GEN Y เปิดตัว YouTube THAIFA*

*Channel.* สืบค้นจาก <http://www.innwhy.com/12494-2thaifa/>

บัวรัตน์ ศรีนิล. (2560). *การออกแบบวิจัยธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลการออกแบบสอบถาม และการเลือกตัวอย่าง.*

*เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

ประชาชาติธุรกิจ. (2560). *10 ธุรกิจดาวรุ่งรุ่งปี 61.* สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net>

- พจนีย์ ธนาวรา. (2545). *กรมประกันภัยร่วมเมื่อสรรพกรจัดสัมมนาแนวปฏิบัติในการเสียหาย*. สืบค้นจาก <https://www.oic.or.th/consumer/news/releases/5888>
- พรรณวดี สถิตถาวร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ. (2553). *ทัศนคติของคนรุ่น Gen Y ต่อการทำงานในระบบวารสาร BU Academic Review ปีที่9 ฉบับที่พิเศษ1. บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- พัชรา ตันติประภา และคณะ. (2555). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพชรไพลิน ปัญญา และวรัท วิจิฉ. (2558). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเงินเนอเรนซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อห้องชุด. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ภานุพงศ์ ทองคำ. (2558). *ทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลาต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยสารสกัดจากพืชสมุนไพร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ภัทริดา อู่อุทัย และนิตยา เจริญประเสริฐ. (2559). *ข้อมูลในเฟสบุคแฟนเพจที่มีผลต่อผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์ในในประเทศไทยในการเลือกร้านอาหาร. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). *การวิจัยธุรกิจฉบับการปรับปรุง*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินบิสซิเนสตีเวิร์ล.
- สถิติประชากรจังหวัดเชียงใหม่*. (2560). สืบค้นจาก [http://www.chiangmail.go.th/cmpho\\_web/detail](http://www.chiangmail.go.th/cmpho_web/detail)
- สถิติประชากรจังหวัดเชียงใหม่*. (2561). สืบค้นจาก <https://th.m.wikipedia.org/wiki/ประชากร>
- สารประชากรมหาวิทยาลัยมหิดล*. (2561). *ประชากรของไทย*. สืบค้นจาก <https://www.ipsr.mahidol.ac.th>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)*. (2561). *การประกันชีวิต*. สืบค้นจาก <http://www.oic.or.th/consumer>