

# การศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของ Generation Z

## A Study of Buying Decisions for Health Insurance Among Generation Z

กนกวรรณ วิธานธำรง

Kanokwan Vithanthomrong

โครงการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

“Innovation Marketing by MBA. For IT-Smart Program” Ramkhamhaeng University

6614193019@rumail.ru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของกลุ่ม Generation Z มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของกลุ่ม Generation Z เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม Generation Z โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 100 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ( Non probability sampling ) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะแผนประกันสุขภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ประเภทความคุ้มครองราคาเบี้ยประกัน ความคุ้มครองสูงสุด และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม โดยคุณลักษณะที่มีค่าความสำคัญสูงสุดคือ ประเภทความคุ้มครอง รองลงมาคือ ราคาเบี้ยประกัน ความคุ้มครองสูงสุด และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามลำดับ นอกจากนี้ แผนประกันสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ แผนที่มีราคาเบี้ยประกัน 10,500 บาทต่อปี มีวงเงินคุ้มครองสูงสุด 550,000 บาท ครอบคลุมทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก และการตรวจสุขภาพประจำปี พร้อมสิทธิประโยชน์คุ้มครองส่วนลดด้านพิตเนท ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม Generation Z

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, ประกันสุขภาพ, Generation Z, การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

## **Abstract**

This research, titled A Study of Health Insurance Purchase Decision-Making among Generation Z, aims to examine the decision-making process of Generation Z in selecting health insurance. The findings are intended to serve as a guideline for developing health insurance products and marketing strategies that align with the needs of Generation Z consumers. The study employed the Conjoint Analysis technique. The sample consisted of 100 respondents, selected using non-probability sampling through the convenience sampling method. The results revealed that Generation Z places importance on four key health insurance plan attributes: type of coverage, insurance premium price, maximum coverage limit, and additional benefits. Among these attributes, the most important factor was the type of coverage, followed by insurance premium price, maximum coverage limit, and additional benefits, respectively. Furthermore, the most preferred health insurance plan among the respondents was a plan with an annual premium of 10,500 baht, a maximum coverage limit of 550,000 baht coverage for inpatient care, outpatient care, and annual health check-ups, along with additional fitness discount coupons. The findings of this study can be applied as guidelines for developing health insurance products and marketing strategies that effectively meet the needs of Generation Z consumers.

**Keywords:** purchase decision, health insurance, Generation Z, Conjoint Analysis

## ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในสังคมปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และโครงสร้างประชากร ส่งผลให้ปัญหาด้านสุขภาพมีความซับซ้อนและทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการรักษาในโรงพยาบาลเอกชน แม้ว่าประเทศไทยจะมีระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า แต่ยังไม่สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพได้ทั้งหมด ส่งผลให้การทำประกันสุขภาพเอกชนกลายเป็นทางเลือกสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านสุขภาพและการเงินของประชาชน (World Health Organization, & World Bank, 2023)

ประเทศไทยแม้จะมีระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เช่น บัตรทอง ประกันสังคม และสวัสดิการรักษายาของข้าราชการ แต่ในหลายกรณีก็ไม่สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพทั้งหมดได้ โดยเฉพาะค่ารักษายาในโรงพยาบาลเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายสูงอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ระบุว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของการรักษายาในโรงพยาบาลเอกชนมีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8-10 ต่อปี จึงทำให้ “การซื้อประกันสุขภาพเอกชน” เป็นทางเลือกสำคัญในการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายและสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับบุคคลและครอบครัว (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2566)

กลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1997 ถึงปี ค.ศ. 2009 (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021) ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ que เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและตลาดผู้บริโภคในอนาคต (ธณัฐฐา แสงสุข, 2563)

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของกลุ่ม Generation Z โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้ ประชากรได้แก่ ผู้บริโภค Generation Z ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 100 คน มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของกลุ่ม Generation Z เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันสุขภาพ กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2568

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

Philip Kotler กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้แบ่งกลุ่มสำหรับความต้องการของผู้บริโภค เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว วัฏจักรของครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา สัญชาติ เชื้อชาติ ชนชั้นทางสังคม เป็นต้น (2016 อ้างใน จิตติวรรณ หาจันดา และศุภสัณห์ ปรีดาวิภาต, 2563)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยความเชื่อที่ส่งผลให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีอยู่ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ (อารณี ทองเจริญสุขชัย, 2560)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation Z

Generation Z หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า The Digital Kids เป็นผู้ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี ค.ศ. 1997-2012 ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ที่อยู่ใน Generation X ดังนั้น พวกเขาจึงมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นพวกพึ่งพาตนเองมากกว่าและเห็นความเป็นที่ม่น้อยกว่า Generation Y การถือกำเนิดขึ้นในโลกยุค ดิจิตอล ทำให้ Generation Z ต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีมากกว่า Generation อื่น ๆ (Ivanova & Smrikarov, 2019)

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของ Generation Z โดยใช้เทคนิค Full-Profile Conjoint Analysis ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่าง Generation Z ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ( Non probability sampling ) และใช้สุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่สะดวกและสมัครใจในการให้ข้อมูล ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่1 คำถามคัดกรอง ส่วนที่2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่3 การตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของ Gen Z จำนวน 13 ชุดคุณลักษณะ โดยการให้คะแนนความสนใจซื้อต่อชุดคุณลักษณะ และแบ่งระดับการให้คะแนนออกเป็นช่วงคะแนนซึ่งอยู่ระหว่าง 0-10 คะแนน โดยระดับ 10 หมายถึง สนใจซื้อมากที่สุด และระดับ 0 หมายถึง ไม่สนใจซื้อเลย

ขั้นตอนในการสร้างคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะ (Attribute & Level) และการสร้างชุดคุณลักษณะ (Concept Card)

1. เริ่มจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับกลุ่ม Generation จำนวน 10 คน โดยคำถามหลักที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือ “การตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพคุณพิจารณาจากปัจจัยใดเป็นหลัก” สำคัญ เพื่อนำไปกำหนดเป็นคุณลักษณะ (Attribute) และระดับคุณลักษณะ (Level) สำหรับการสร้างชุดคุณลักษณะ (Concept Card)

2. จากนั้นกำหนดคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะ (Attribute & Level) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยเรียงความสนใจของคุณลักษณะกับการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มากำหนดชุดคุณลักษณะ (Concept Card) เพื่อออกแบบจำลองทางเลือก ดังตารางต่อไปนี้

### ตารางที่ 1

ตารางแสดงรายละเอียดคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะ (Attribute & Level) จากการสัมภาษณ์

คุณลักษณะ (Attribute)	ระดับของคุณลักษณะ (Attribute Level)
ราคาเบี้ยประกัน	10,500 บาท
	15,500 บาท
	19,500 บาท
ความคุ้มครองสูงสุด	110,000 บาท
	330,000 บาท
	550,000 บาท

คุณลักษณะ (Attribute)	ระดับของคุณลักษณะ (Attribute Level)
ประเภทความคุ้มครอง	เฉพาะผู้ป่วยใน ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี
สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม	ไม่มี ส่วนลดค่าเบี้ย หากไม่มีการเคลม คุ้มครองส่วนลด fitness

3. จากนั้นนำข้อมูลมาสร้างชุดคุณลักษณะ (Concept Card) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยได้ Concept Card จำนวน 13 ชุดคุณลักษณะ แบ่งเป็น Plan Cards จำนวน 9 การ์ด และ Holdout Cards จำนวน 4 การ์ด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 Concept Card

Card ID	ราคาเบี้ยประกัน	ความคุ้มครองสูงสุด	ประเภทความคุ้มครอง	สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม
1	10,500 บาท	330,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก	ส่วนลดค่าเบี้ย หากไม่มีการเคลม
2	15,500 บาท	110,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	ส่วนลดค่าเบี้ย หากไม่มีการเคลม
3	15,500 บาท	550,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก	ไม่มี
4	15,500 บาท	330,000 บาท	เฉพาะผู้ป่วยใน	คุ้มครองส่วนลด fitness
5	19,500 บาท	550,000 บาท	เฉพาะผู้ป่วยใน	ส่วนลดค่าเบี้ย หากไม่มีการเคลม
6	19,500 บาท	110,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก	คุ้มครองส่วนลด fitness
7	10,500 บาท	110,000 บาท	เฉพาะผู้ป่วยใน	ไม่มี

Card ID	ราคาเบี้ยประกัน	ความคุ้มครองสูงสุด	ประเภทความคุ้มครอง	สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม
8	10,500 บาท	550,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	คู่มือส่วนลด fitness
9	19,500 บาท	330,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	ไม่มี
10a	10,500 บาท	110,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	ไม่มี
11a	10,500 บาท	330,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	ไม่มี
12a	15,500 บาท	110,000 บาท	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	ไม่มี
13a	10,500 บาท	110,000 บาท	เฉพาะผู้ป่วยใน	คู่มือส่วนลด fitness

หมายเหตุ a.Holdout

4. การสร้างชุดโปรไฟล์ของแผนประกันสุขภาพดำเนินการโดยใช้การออกแบบ Orthogonal Design เพื่อให้ชุดทางเลือกมีความเป็นอิสระทางสถิติ และควบคุมจำนวนโปรไฟล์ไม่ให้มากเกินไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม จากคุณลักษณะทั้งหมดที่กำหนด ได้ชุดโปรไฟล์ที่เหมาะสมจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 13 โปรไฟล์ โดยการให้คะแนนความสนใจซื้อต่อชุดคุณลักษณะ และแบ่งระดับการให้คะแนนออกเป็นช่วงคะแนนซึ่งอยู่ระหว่าง 0-10 คะแนน โดยระดับ 10 หมายถึง สนใจซื้อมากที่สุด และระดับ 0 หมายถึง ไม่สนใจซื้อเลย

ตัวอย่าง ผู้ตอบจะให้คะแนน 0-10 ของแต่ละชุดโปรไฟล์

## แผนที่ 1

ราคาเบี้ยประกัน	10,500 บาท/ปี
ความคุ้มครองสูงสุด	330,000 บาท
ประเภทความคุ้มครอง	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก
สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม	ส่วนลดค่าเบี้ย หากไม่มีการเคลม

5. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) จำนวน 10 คน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบเสมือนจริง (Pilot) จำนวน 10 คนก่อนเก็บข้อมูลจริง

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของ Generation Z พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 46% ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18–22 ปีจำนวน 64% มีสถานภาพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 53% และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับไม่สูงมากคือ 15,001-25,000 บาทจำนวน 42% ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการวางแผนทางการเงินและการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสนใจในการเลือกซื้อประกันสุขภาพของ Generation Z ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) แสดงให้เห็นถึงระดับความสนใจของแต่ละคุณลักษณะ แต่ระดับชั้น ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสำคัญของคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

คุณลักษณะ (Attributes)	ค่าความสำคัญ (Importance Values)
ราคา	25.26
ความคุ้มครองสูงสุด	24.17
ประเภทความคุ้มครอง	26.70
สิทธิประโยชน์	23.87
รวม	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพในเรื่องประเภทความคุ้มครองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.70 ของการตัดสินใจ รองลงมา คือราคา คิดเป็นร้อยละ 25.26 ความคุ้มครองสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 24.17 และสิทธิประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 23.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงระดับความสนใจในองค์ประกอบ (Utility)

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับของคุณลักษณะ (Level Of Attributes)	ระดับความสนใจใน องค์ประกอบ (Utility)
ราคาเบี้ยประกัน	10,500 บาท	.094
	19,500 บาท	.011
	15,500 บาท	-.106
ความคุ้มครองสูงสุด	550,000 บาท	.061
	330,000 บาท	.018
	110,000 บาท	-.079
ประเภทความคุ้มครอง	ทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก และตรวจ สุขภาพประจำปี	.054
	เฉพาะผู้ป่วยใน	-.012
	ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก	-.042
สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม	คุบองส่วนลด fitness	.041
	ไม่มี	.008
	ส่วนลดค่าเบี้ยหากไม่มีการเคลม	-.049
<b>ค่าคงที่ (Constant)</b>		<b>6.109</b>

จากตาราง 4 อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง Generation Z ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพด้วยปัจจัยตามลำดับ ดังนี้

ราคาเบี้ยประกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจราคาเบี้ยประกัน 10,500 บาท

มากที่สุด 0.094 รองลงมาคือ 19,500 บาท 0.011 และ 15,500 บาท -0.106 ตามลำดับ

**ความคุ้มค่าสูงสุด** พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจความคุ้มค่าสูงสุด 550,000 บาท มากที่สุด 0.061 รองลงมาคือ 330,000 บาท 0.018 และ 110,000 บาท -0.079 ตามลำดับ

**ประเภทความคุ้มค่า** พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจประเภทความคุ้มค่าทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก และตรวจสุขภาพประจำปี มากที่สุด 0.054 รองลงมาคือ ประเภทความคุ้มค่าเฉพาะผู้ป่วยใน -0.012 และ ประเภทความคุ้มค่าทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก -0.042 ตามลำดับ

**สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจ คุ้มครองส่วนลด fitness มากที่สุด 0.041 รองลงมาคือ ไม่มีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม 0.008 และส่วนลดค่าเบี้ยหากไม่มีการเคลม -0.049 ตามลำดับ

## การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของกลุ่ม Generation Z โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะแผนประกันสุขภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ประเภทความคุ้มค่า ราคาเบี้ยประกัน ความคุ้มค่าสูงสุด และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม โดยมีค่าความสำคัญไม่แตกต่างกันมากนัก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเชิงเปรียบเทียบ พบว่า ประเภทความคุ้มค่า เป็นปัจจัยที่มีค่าความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ราคาเบี้ยประกัน ความคุ้มค่าสูงสุด และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ตามลำดับ กลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญกับความครอบคลุมของการคุ้มครองเป็นหลัก โดยเฉพาะแผนประกันที่ครอบคลุมทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก และการตรวจสุขภาพประจำปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Care) มากกว่าการรักษาเมื่อเกิดอาการเจ็บป่วยเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ระบุว่า ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกจากคุณค่าที่ได้รับโดยรวม ไม่ใช่พิจารณาจากราคาเพียงปัจจัยเดียว (Kotler & Keller, 2016; อารณี ทองเจริญสุขชัย, 2560)

ในด้าน ราคาเบี้ยประกัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญราคาเบี้ยประกันในระดับต่ำที่สุดคือ 10,500 บาทต่อปี มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18–22 ปี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงมาก จึงมีความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity) ตามแนวคิดการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Kotler, 2016 อ้างใน จิตติวรรณ หางันดา และศุภสัณห์ ปรีดาวิภาต, 2563) สำหรับ ความคุ้มค่าสูงสุด กลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญกับวงเงินคุ้มครองสูงสุด 550,000 บาท มากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความต้องการความมั่นคงและการบริหารความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่ายสุขภาพในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริขวัญ วาวแวว และ

นภาวรรณ เนตรประดิษฐ์ (2564) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับวงเงินคุ้มครองที่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของ สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับคุณสมบัติด้านฟิตเนสมากที่สุด ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของ Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ สุขภาพ และการออกกำลังกาย สอดคล้องกับแนวคิดที่อธิบายว่า Generation Z เป็นกลุ่มที่เติบโตมาในยุคดิจิทัล มีความตระหนักรู้ด้านสุขภาพและการดูแลตนเองสูง (Ivanova & Smrikarov, 2019; ธณัฐฐา แสงสุข, 2563) เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ระดับความสนใจในองค์ประกอบ (Utility) พบว่า แผนประกันสุขภาพที่กลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญสูงสุด คือ แผนที่มีราคาเบี้ยประกัน 10,500 บาทต่อปี มีวงเงินคุ้มครองสูงสุด 550,000 บาท ครอบคลุมทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก และการตรวจสุขภาพประจำปี พร้อมสิทธิประโยชน์คุ้มครองฟิตเนส ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเลือกแผนประกันที่มีความสมดุลระหว่างราคา ความคุ้มครอง และไลฟ์สไตล์ มากกว่าการพิจารณาปัจจัยใด ปัจจัยหนึ่งเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาพันธ์ ทองจุ่น (2565) และ วราภรณ์ มุ่นพุก และ วอนชนก ไชยสุนทร. (2565)

## ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุม Generation Z ในพื้นที่และบริบทที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ควบคู่กับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม และควรเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพระหว่าง Generation Z กับกลุ่ม Generation อื่น

## เอกสารอ้างอิง

- จิตติวรรณ หาจันดา และศุภาสันต์ ปรีดาวิภาต. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพที่ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด(มหาชน). การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ธณัฐฐา แสงสุข. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาพันธ์ ทองจุ่น. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วราภรณ์ มุ่นพุก และวอนชนก ไชยสุนทร. (2565) . ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ. 12(2)

ศิริขวัญ วาวแหว และนภาพรรณ เนตรประดิษฐ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของประชาชนในเขตจังหวัดลำปาง . วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 10(1), 121–131. สืบค้น จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/249079>.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2566). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2566. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2568, จาก <https://infocenter.oic.go.th/fileweb/CABINFOCENTER2/DRAWER056/GENERAL>

อารณี ทองเจริญสุขชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ: กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของกลุ่มผู้ซื้อ [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5904010575\\_8256\\_7103.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5904010575_8256_7103.pdf)

<https://www.tnnthailand.com/infographic/180256/?utm.com>

Ivanova, V., & Smrikarov, A. (2019). Characteristics of Generation Z. *TEM Journal*, 8(3), 893–898

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.(1), 25

World Health Organization, & World Bank. (2023). *Universal health coverage global monitoring report 2023*. World Health Organization. Retrieved December 25, 2025 from

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/universal-health-coverage>