



วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้า บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา
สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
39/1 ถ.รัชดาภิเษก แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด และ เปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (สาขาวิภาวดี) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่สำนักงานสาขาวิภาวดี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่า z (z -test) และค่า F (F -test) ค่าความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถเก๋งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 เลือกทำประกันภัยภาคสมัครใจประเภท 1 คิดเป็นร้อยละ 51.9 และส่วนใหญ่ทำประกันภัยต่อเนื่องกับบริษัทเป็นระยะเวลา 2 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ, ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

Abstract

The objectives of this study were to: study of factor affecting to customer's decision to continue car insurance and compare the factor is affecting to customer's decision to continue car insurance of the Viriyah Insurance Company (Viphavadee branch). The sample of this study was 400 customers who using continue car insurance.

The questionnaires were used and statistic used to analyzed the data were frequency, percentage, mean and standard deviation. z -test, F -test.

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

The results of this study found that the majority use car ($\bar{X} = 61.9$), the most of respondents choose the first party insurance (type 1) ($\bar{X} = 51.9$) and most continue wing car insurance with company 2 - 3 year ($\bar{X} = 38.3$). Regarding the factors affecting the decision to continue car insurance, most respondents ranked Service Marketing factors at a high level, there were in the following People, order-Process, Price, Product & Services, Promotion & Physical Evidence & Presentation and Place that accordingly agree which the hypothesis.

Keyword: Factor decision, Continue car insurance

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันรถยนต์นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งอำนวยความสะดวกและรวดเร็วทั้งในเรื่องการเดินทาง การขนส่งหรือการประกอบธุรกิจในระบบเศรษฐกิจ แต่ถึงแม้ว่ารถยนต์จะเป็นพาหนะที่อำนวยความสะดวกและให้ประโยชน์แก่มนุษย์เป็นอย่างมากเพียงใดก็ตาม ในขณะที่เดียวกันรถยนต์ก็ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ ความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของมนุษย์เป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยจะเห็นได้จากสถิติคนไทยประสบอุบัติเหตุ ซึ่งรวบรวมโดยสำนักงานคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติพบว่าโดยเฉลี่ยทุก 1 ชั่วโมง ในประเทศไทยจะมีผู้เสียชีวิต 2 คน บาดเจ็บสาหัส 6 คน และบาดเจ็บต้องเข้ารักษาที่โรงพยาบาลประมาณ 100 คนเศษ นอกจากนี้ยังสูญเสียทรัพย์สินปีละกว่า 1,000 ล้านบาท โดยจำนวนตัวเลขนี้เป็นอุบัติเหตุจราจรทางถนนถึงร้อยละ 99.8 มนุษย์จึงพยายามที่จะหาทางป้องกันอุบัติเหตุหรือพยายามที่จะลดอุบัติเหตุอันเกิดจากการใช้รถยนต์ทุกวิถีทาง แต่การที่จะป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นเลยนั้นย่อมเป็นเหตุสุดวิสัยที่จะทำเช่นนั้นได้ วิธีการที่จะลดหรือบรรเทาความเสียหายและช่วยป้องกันทรัพย์สินอันเกิดจากการเสี่ยงภัยของรถยนต์ที่ดีที่สุดคือ “การประกันภัย” ซึ่งปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกต่อสังคมมากขึ้น

ภาพรวมของธุรกิจประกันวินาศภัยปี 2550 พบว่ามีการปรับตัวในทิศทางบวก ด้วยมูลค่าเบี้ยประกันภัยรับที่ 100,647 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ด้วยมูลค่า 6,781 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.84 โดยตลาดที่มีการขยายตัวสูงสุดคือ การประกันภัยรถยนต์ ที่มีการขยายตัวร้อยละ 7.94 สำหรับด้านสินไหมทดแทน มีอัตราส่วนค่าสินไหม

ทดแทน (Loss Ratio) ของธุรกิจประกันวินาศภัยทั้งระบบอยู่ที่ร้อยละ 54.60 ซึ่งลดลงจากปี 2549 เล็กน้อย สำหรับแนวโน้มของธุรกิจประกันวินาศภัยปี 2551 มีทิศทาง การปรับตัวดีขึ้น เนื่องด้วยปัจจัยบวก 2 ประการ คือ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ อาทิ การปรับเพิ่มเงินเดือนของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ การลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ ประกอบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และนักลงทุนหลังการเลือกตั้งส่งผลให้ระดับการบริโภคมวลรวมและการลงทุนมวลรวมเพิ่มขึ้น ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การขยายตัวของประกันภัยอื่น ๆ นอกจากการประกันภัยรถยนต์ (Non-motor Insurance) ที่มีแนวโน้มจะขยายตัวสูงขึ้นจากผลของการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคหลายฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองสินค้าไม่ปลอดภัย กฎกระทรวงว่าด้วยความรับผิดชอบบุคคลภายนอก เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้จะกระตุ้นความต้องการทำประกันภัยของผู้ประกอบธุรกิจให้มีมากขึ้น ซึ่งปัจจัยบวกทั้งสองประการน่าจะส่งผลให้การขยายตัวของเบี้ยประกันภัยรวมในปี 2551 อยู่ในระดับประมาณร้อยละ 6-8

อย่างไรก็ดี ปัจจัยเสี่ยงที่พึงระวัง คือ ปัญหาการขาดเสถียรภาพของรัฐบาล ปัญหาราคาน้ำมันโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่ปัญหาเงินเฟ้อ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่กระทบต่อการบริโภคและการลงทุน อันจะส่งผลให้การขยายตัวของเศรษฐกิจและธุรกิจประกันวินาศภัยในปี 2551 มีการขยายตัวต่ำกว่าที่ประมาณการไว้

บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มีผลการดำเนินงานด้านการตลาดที่โดดเด่นอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งตลาดประกันวินาศภัยอันดับหนึ่งของประเทศไทยติดต่อกันเป็นปีที่ 16 (พ.ศ. 2535 - พ.ศ. 2550) ซึ่งในปี 2550 บริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งตลาด

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

ประกันวินาศภัยสูงถึงร้อยละ 14.69 ของตลาด ในส่วนของการรับประกันภัยรถยนต์ บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าส่วนมากของประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนานถึง 12 ปี (พ.ศ. 2530 - พ.ศ. 2550) ซึ่งในปี 2550 บริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งตลาดรับประกันภัยรถยนต์สูงถึงร้อยละ 22.62 ซึ่งส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว ถือเป็นความภูมิใจของบริษัทฯ ที่ได้รับโอกาสจากประชาชนจำนวนมากของประเทศให้ดูแลและคุ้มครองความสูญเสียของลูกค้า มาเป็นระยะเวลายาวนานกว่าครึ่งศตวรรษ จากความเป็นหนึ่งในธุรกิจประกันวินาศภัยไทยของ “บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด” ที่ได้สั่งสมประสบการณ์ การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความเชื่อมั่นอาชีพในการประกอบธุรกิจเพื่อเสนอบริการด้านประกันวินาศภัยที่มีคุณภาพและพิถีพิถันในทุกบริการด้วยสำนึกที่ว่า ”ความเป็นธรรม คือ นโยบาย”

การให้บริการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ คือ อีกหนึ่งบริการที่ทางบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจำนวนกว่า 3,000,000 คนในปัจจุบัน ได้มอบความไว้วางใจให้คุ้มครองดูแลชีวิตและทรัพย์สินอันมีค่ายิ่ง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสะดวกสบายและความสำคัญของการบริการที่ลูกค้าพึงจะได้รับเมื่อต้องติดต่อกับบริษัทฯ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ จึงได้มีศูนย์ปฏิบัติการสินไหมทดแทนสาขาและศูนย์สาขาเบ็ดเสร็จ กว่า 80 แห่ง และศูนย์ซ่อมมาตรฐานในโครงการกว่า 400 แห่ง อยู่ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ พร้อมด้วยศูนย์รับแจ้งอุบัติเหตุ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยลูกค้าสามารถโทรแจ้งเหตุได้ที่หมายเลข 1557 ได้ทันที

การเลือกซื้อหรือการเลือกต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจนั้น ปัจจุบันมีบริษัทฯ ที่ให้บริการดังกล่าวให้เลือกมากมาย ขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปนั้นจะขึ้นอยู่กับ พฤติกรรมการขับขี่ ประเภทการใช้งานของรถ อายุและสภาพรถ ความรกรถ และที่สำคัญคืองบประมาณ เพื่อแลกกับความคุ้มครองทั้งหมดที่จะได้รับ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาส่วนใหญ่มีดังนี้

1. จำนวนเงินประกัน
2. เบี้ยประกัน
3. การระบุผู้ขับขี่

4. Excess หรือ Deductible

5. ส่วนลดประวัติ

จากข้อมูลสถิติข้างต้น แสดงให้เห็นถึงจำนวนการใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (เฉพาะสาขาวิภาวดี) โดยจะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้เอาประกันที่เลือกต่ออายุกับบริษัทฯ เพิ่มขึ้นทุกปี แม้ในสภาวะที่ตลาดธุรกิจประกันภัยมีการแข่งขันกันสูง หรือสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และด้วยเหตุผลนี้เองให้ทำให้ผู้วิจัยซึ่งปัจจุบันได้ปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่สรุปความเสียหายของบริษัทฯ ประจำสาขาวิภาวดี ได้มองเห็นถึงการเติบโตและความสำเร็จของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ จนเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้า บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (สาขาวิภาวดี) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการยอมรับ เกิดความมั่นใจ ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป และยังสามารถนำไปสู่ความสำเร็จ ความก้าวหน้าของธุรกิจ เพื่อให้ตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด
2. เพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (สาขาวิภาวดี)

2. สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้เอาประกันได้มากยิ่งขึ้น

3. ใช้เป็นยุทธวิธีในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อรวมทั้งใช้สำหรับหาช่องทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินงานของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (สาขาวิภาวดี) ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตการวิจัยออกเป็น 4 ด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ คุณภาพการบริการ, ทศนคติของผู้บริโภค, ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค, ความรู้เบื้องต้นกับการประกันภัยรถยนต์, ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทฯ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยได้แก่ ลูกค้ายที่เลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด เฉพาะสาขาวิภาวดี จำนวน 8,658 คน (ที่มา: ฝ่ายข้อมูลบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด สาขาวิภาวดี)

3. ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ในการวิจัยได้แก่ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด สาขาวิภาวดี ตั้งอยู่เลขที่ 19 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2551 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด อยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 376 คน เป็นเพศชายจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 และเป็นเพศหญิงจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 โดยมีอายุ 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคืออายุ 36 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือสมรส คิดเป็นร้อยละ 34.3 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.9 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 376 คน มีจำนวนรถที่ครอบครองและทำประกันภัยต่อเนื่องอยู่กับบริษัทฯ มากที่สุดคือจำนวน 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 52.1 โดยที่ส่วนใหญ่เป็นรถประเภทรถเก๋งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีอายุงานของรถยนต์อยู่ที่ 3 - 4 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.6 โดยที่วัตถุประสงค์ในการใช้งานรถยนต์ส่วนใหญ่คือใช้เพื่อเป็นพาหนะในการเดินทางประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 84.0 เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 มากที่สุดจำนวน

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

195 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 เหตุผลในการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจส่วนใหญ่เพื่อแบ่งเบาภาระความเสี่ยงอันอาจจะเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 44.4 อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของรถยนต์ส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.4 โดยส่วนใหญ่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับทางบริษัทต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 2 - 3 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.3 และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทฯ มากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของลูกค้า บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัทมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.34$)

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าเบี้ยประกันเมื่อเทียบกับการให้บริการ มากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.38$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งของสาขาอยู่ในจุดที่สะดวกในการเดินทางมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.79$)

ด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการมีพนักงานในสำนักงานคอยให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ลูกค้า มาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.97$)

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานคอยให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและเข้าใจง่ายมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.21$)

ด้านการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการมีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็วมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.36$)

ด้านการนำเสนอทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการมีสำนักงานที่มั่นคง เป็นที่น่าเชื่อถือมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.35$)

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของลูกค้าบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (สาขาวิภาวดี) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันภัยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.9 นิยมทำประกันภัยภาคสมัครใจมากกว่าเพศหญิง และการตัดสินใจเลือกต่ออายุประกันภัยจะตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมพันธ์ ลิ้มสมเกียรติ (2541) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นประโยชน์ของการประกันภัยว่าสามารถคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินได้

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของบุคคลกรที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมพันธ์ ลิ้มสมเกียรติ (2541) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของการใช้ค่าพูดของพนักงานที่ควรชัดเจนและเข้าใจง่ายและความสะดวกในการให้บริการ จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นไปตาม

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รตินธรรมมา

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2545) ที่ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคมีความหลากหลายแตกต่างกัน เนื่องจากมีตัวแปรในการก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ ตัวกระตุ้นทางการตลาด อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม อิทธิพลและความแตกต่างของตัวบุคคล และกระบวนการทางจิตวิทยา

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 4 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. บริษัทฯ ควรออกแบบความคุ้มครองของกรมธรรม์ให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ทุกระดับ

2. ปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับนโยบายและอัตราค่าเบี้ยประกันภัยที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

3. ควรมีการกำหนดมาตรฐานหรือเกณฑ์การให้บริการที่ลูกค้าควรจะได้รับอย่างชัดเจน เช่น

3.1 บริษัทจะต้องเสนอการประกันภัยให้กับลูกค้าภายในระยะเวลา 3 วันทำงาน นับจากวันที่ได้รับข้อมูลครบถ้วนจากลูกค้า

3.2 บริษัทจะต้องดำเนินการชดเชยค่าสินไหมทดแทน สำหรับกรณีที่สินไหมทดแทนไม่เกิน 5,000 บาท ให้กับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง และสำหรับกรณีอื่น ๆ ภายใน 7 วันทำงาน นับจากวันที่ได้รับข้อมูลเอกสารครบถ้วนและตกลงวันจ่าย เป็นต้น

4. ควรมีการประเมินผลประสิทธิภาพของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละช่องทางว่าช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด และช่องทางใดมีประสิทธิภาพต่ำสุดเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนสาขาอื่น ๆ เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และบริษัทสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานได้ตรงตามความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

2. ทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริง ซึ่งจะส่งผลถึงแนวโน้มของการใช้บริการในอนาคตของลูกค้าได้

อนุวัตร ท่อนทอง, พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2553 (105-111)

บรรณานุกรม

- [1.] กุลธณ ธนาพงศธร. (2530). *การบริการงานบุคคล*. เอกสารการสอนชุดวิชา 32304 หน่วยที่ 6-16 สาขาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [2.] บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด. *ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์*. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2551. จาก http://www.viriyah.co.th/customer/cust_product_motor.asp
- [3.] เพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา. (2543). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4.] สัมพันธ์ ลิ้มสมเกียรติ. (2541). *การศึกษาปัจจัยและทัศนคติในการทำประกันภัยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน*. รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [5.] อุดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *กลยุทธ์การตลาด (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์