



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
Consumers' Behavior Towards Non-life Insurance Service in Bangkok

สุชานันท์ สนธิไชย (Suchanan Sontichai)¹ มนูญ ไต้ะยามา (Manoon Toyama)²
รัฐวิชญญ์ จิวสวัสดิ์ (Ratawit Jewsawusde)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตามมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัย และ 4) ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 600 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบแบบที แบบเอฟ และแบบจำลองการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกครอบครัว 3 คน และมีการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการประกันภัยรถยนต์มีมูลค่า 10,001 - 15,000 บาท และใช้บริการประกันภัยอัคคีภัยและบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ดในแต่ละประเภทมีมูลค่าต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยโดยรวม ประกอบด้วยความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การเอาใจใส่ลูกค้า การรับประกัน และภาพลักษณ์ของการ อยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกันภัยรถยนต์ ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประกันภัยอัคคีภัย ได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประกันภัยเบ็ดเตล็ด ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค และ 4) ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการประกันวินาศภัย ได้แก่ ผู้บริโภคมีความต้องการของการใช้บริการด้านประกันภัยมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ การบริหารจัดการ ไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและชัดเจนเท่าที่ควร และปัญหาการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันที่ไม่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาหรือปรับตัวให้มีประสิทธิภาพในธุรกิจประกันวินาศภัย

คำสำคัญ การบริการประกันวินาศภัย ปัจจัยเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย การใช้บริการประกันภัยรถยนต์ การใช้บริการประกันภัยอัคคีภัย และการใช้บริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด

¹ นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช suchanan.poo@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช m007toyama@yahoo.com

³ รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

Abstract

This research aims to study 1) the general characteristic of consumer using non-life insurance services, 2) opinions towards factors affecting the selection of non-life insurance services, 3) factors determining the use non-life insurance service according to the premium payment, and 4) problems and obstacles regarding the use of non-life insurance services of consumers in Bangkok. The population in this study included the consumers using non-life insurance services comprising auto insurance services, the use of fire insurance service, and miscellaneous service. The six hundreds samples were selected through stratified random sampling method. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test, and multiple regression model. The results showed that: 1) most consumer using nonlife-insurance services were female, aged between 41-45 years, undergraduate degree, private companies' employees, had monthly income between 10001-20000 baht, 3 family members, and used auto insurance service with premium payment between 10001-15000 baht, and used fire insurance and miscellaneous insurance services and insurance in each category with the value less than or equal to 5,000 baht. 2) Consumers' opinions towards factors affecting the selection of non-life insurance service, including credibility and reliability, quick response, consumer care, warranty, and service image are at high levels. 3) Factor determining the use non-life insurance service according to the premium payment are statistically significant at the level of 0.05, for all types of insurance was monthly income, however the factors for fire and miscellaneous insurance services were and education level at graduate level and over, and private companies' employees respectively. 4) Problems and obstacles regarding the use of non-life insurance services of consumers comprised an increase in demand for the service, administration, unsystematic and unclear administration, and competition of entrepreneurs in markets, especially the competition without business development or effective adaptation in non-life insurance business.

Keywords: Non-life insurance service, Factors affecting the selection of non-life insurance service, The use of auto insurance services, The use of fire insurance service, The use of miscellaneous insurance service



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

บทนำ

ความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติต่างๆ และภัยพิบัติ ซึ่งเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาไม่เลือกสถานที่ เกิดขึ้นได้กับทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ จากการได้รับข่าวสารอุบัติเหตุที่พบเห็น หรือได้ยินจากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทุกวันนี้อุบัติเหตุต่างๆ ภัยจลาจล หรือภัยก่อการร้าย ที่เกิดขึ้นก็อาจเป็นเหตุผลของบุคคลบางกลุ่ม บางฝ่าย ที่มีความคิดแตกต่างทั้งทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ บางครั้งก็อาจเกิดมหันตภัยหรือภัยพิบัติ คือผลกระทบที่เกิดจากอันตรายทางธรรมชาติ (เช่น ภูเขาไฟระเบิด แผ่นดินไหว หรือแผ่นดินถล่ม) ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ภัยธรรมชาติมีหลายรูปแบบแตกต่างกันไป บางอย่างร้ายแรงน้อย บางอย่างร้ายแรงมากซึ่งอาจทำให้เกิดผลเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน เช่น อุทกภัย หรือน้ำท่วม การเกิดพายุ (วาตภัย) การเกิดแผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด ภัยต่างๆ ที่กล่าวมานั้นก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้ที่ได้รับเคราะห์กรรมเหล่านั้น สูญเสียชีวิต สูญเสียทรัพย์สิน เป็นการสูญเสียไม่ว่าทางตรงหรือเป็นผลต่อเนื่องจากภัยที่เกิดขึ้น ความเสียหายที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน แน่นนอนที่บุคคลในครอบครัวของเขาจะต้องต่อสู้กับชะตากรรมต่อไป ปัญหาดังกล่าวนั้นจะไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไปถ้าเป็นเรื่องที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ หรือหาวิธีป้องกันในบางกรณี อย่างไรก็ตามยังมีวิธีการที่แน่อนและเป็นที่ยอมรับโดยการโอนความเสี่ยงด้านวินาศภัยต่างๆ ไปให้กับผู้รับประกันภัย โดยการทำประกันภัยรถยนต์ ประกันภัยอัคคีภัย ขยายความคุ้มครองน้ำท่วม ประกันภัยพิบัติ ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล เพื่อแบ่งเบาภาระค่าสินไหมและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การเปิดเสรีภาคการเงินการประกันภัยตามกรอบ AEC (ASEAN Economic Community) ในอนาคต การเข้าสู่เกณฑ์การกำกับดูแลภายใต้ RBC (Risk Based Capital) คือการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง อย่างเต็มรูปแบบ และบริษัทประกันวินาศภัยทุกบริษัทจะต้องดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้การควบคุมดูแล “สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม การประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)” อยู่ นั่นแต่ละบริษัทวินาศภัยแต่ละบริษัทจะมีความแตกต่างทั้งด้าน การให้บริการที่ซื่อสัตย์สุจริต การบริหารงานด้วยความโปร่งใส ความมั่นคงและชื่อเสียงของบริษัทฯ ความเป็นมืออาชีพในด้านประกันภัย ผลิตภัณฑ์กรมธรรม์ประกันภัยแต่ละประเภทที่หลากหลาย และประวัติการบริหารงาน

ที่ผ่านมาการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการการประกันวินาศภัยของประเทศไทยยังมีน้อยเมื่อเทียบกับการวิจัยที่เกี่ยวกับการประกันชีวิต เช่น งานของขวัญชิตี กิตติไพศาลกุล (2543) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำประกันรถยนต์โดยสมัครใจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พงษ์พิตร ตรงดี (2543) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่ สมภพ วงศ์วิจิต (2545) ที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์อุปสงค์การประกันรถยนต์โดยสมัครใจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ปรัชญา แซ่ปึง (2547) และปณิธิ พัฒนพงศ์สิริกุล (2550) ที่เกี่ยวกับโครงสร้างการตลาดและการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยสมัยใหม่ ซึ่งที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่ายังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการวินาศภัยที่ครอบคลุมทั้งการประกันภัยรถยนต์ อัคคีภัยและเบ็ดเตล็ด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผู้บริโภคใช้บริการประกันวินาศภัยมากที่สุดในประเทศ

โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้บริโภคของยุคสมัยที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ปรมาณ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร ทำให้ผู้บริโภคในยุค 4.0 จะมีลักษณะของการศึกษา ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางกูเกิล แตกต่างจากเมื่อก่อนที่มักใช้สินค้าประเภทเดียวกัน ไม่ค่อยใส่ใจในเรื่องการหาข้อมูลมากนัก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจการประกันวินาศภัยต้องมีการวางแผนให้ดี ทำความเข้าใจต่อผู้บริโภคว่า เมื่อทำสินค้าออกมาแล้วต้องการสื่อสารอะไรไป



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8 The 8th STOU National Research Conference

ยังผู้บริโภค จะเสนอคุณสมบัติเด่นอะไรเป็นตัวชูโรงให้ผู้บริโภคสนใจ และที่ลืมไม่ได้ คือ นวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในสินค้า ซึ่งจะช่วยให้สินค้าดึงดูดยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดในการเลือกใช้บริการ ปัจจัยส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่มีต่อการซื้อบริการตามมูลค่าเบี้ยประกัน ตลอดจนปัญหาละอุปสรรคของผู้บริโภคที่ใช้บริการวินาศภัย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันและคุณภาพการให้บริการในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจประกันภัยต่อไป ในการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย วางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมวินาศภัยโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแปรสภาพเป็นมหาชน จำกัด การเปิดเสรีภาคการเงินการประกันภัยตามกรอบ ประชาคมอาเซียน การเข้าสู่เกณฑ์การกำกับดูแลภายใต้ RBC และการถูกกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการประกันวินาศภัย ซึ่งครอบคลุมประกันวินาศภัย 3 ประเภท คือ ประกันภัยรถยนต์ ประกันอัคคีภัย และประกันภัยเบ็ดเตล็ด จากผู้บริโภคที่ใช้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2557 ถึง กุมภาพันธ์ 2557 ประเด็นหลักที่ศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์การศึกษาทั้ง 4 ข้อ โดยปัจจัยเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การเอาใจใส่ลูกค้า การรับประกัน และภาพลักษณ์ของการบริการ ปัจจัยส่วนตัวของผู้บริโภคประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

วิธีการดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ใช้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก โดยประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ การประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยอัคคีภัย และการประกันภัยเบ็ดเตล็ดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลการประกันวินาศภัย ณ เดือนมกราคม – มิถุนายน 2555 จำนวน 4,710,129 คน ข้อมูลทั้งหมดจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม การประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการวินาศภัยบาง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8 The 8th STOU National Research Conference

รายอาจไม่ใช่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้บริการวิทยุมากกว่าหนึ่งประเภท กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นของผู้ใช้บริการประกันวินาศภัยทั้ง 3 ประเภท คือ ผู้ใช้บริการเฉพาะการประกันภัยรถยนต์ เท่ากับ 467 คน เฉพาะการประกันภัยอัคคีภัย จำนวน 76 คน และเฉพาะการประกันภัยเบ็ดเตล็ดมีจำนวน 57 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 77.83 12.67 และ 9.5 ตามลำดับ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

ตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาปัจจัยอุปสงค์การบริการประกันวินาศภัย มีตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์ของการบริการประกันวินาศภัย ได้แก่ มูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษานำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปโดยมีการวิเคราะห์ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ ตามลำดับ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ประกอบด้วย ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การรับประกัน ภาพลักษณ์ของการบริการ และ การเอาใจใส่ ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งในการวัดความคิดเห็นใช้วิธี Linkert's scale โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (1-5) ซึ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ช่วง จากระดับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด คือ 1.00-1.50, 1.51-2.50, 2.51-3.50, 3.51-4.50 และ 4.51-5.00 ตามลำดับ นอกจากนี้มีการใช้สถิติ t-test เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

ในการทดสอบและวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ โดยใช้ Post-hoc Comparison ด้วยวิธี LSD (Least Significance Difference)

4. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าเบี้ยประกันการให้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดแบบจำลองดังนี้

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

โดยที่ Y_1 คือ ค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

Y_2 คือ ค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยอัคคีภัยในเขตกรุงเทพมหานคร

Y_3 คือ ค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ดในเขตกรุงเทพมหานคร

X_1 คือ เพศ (หญิง = 1, ชาย = 0)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

X_2	คือ	อายุ (ปี)
X_3	คือ	ระดับการศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป =1, อื่นๆ =0)
X_4	คือ	อาชีพ (พนักงานบริษัทเอกชน =1, อื่นๆ =0)
X_5	คือ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
X_6	คือ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน)
ε	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน

5. ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาที่ได้จากการตอบแบบสอบถามคำถามแบบปลายเปิดของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

การศึกษาตามวัตถุประสงค์สามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน เมื่อพิจารณามูลค่าเบี้ยประกันการใช้บริการของผู้บริโภคตามประเภทของการประกัน ผู้ใช้บริการวินาศภัยรถยนต์มีมูลค่าเบี้ยประกันระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ผู้ใช้บริการประกันภัยอัคคีภัย และผู้ให้บริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ต่างอยู่ที่ประเภทละไม่เกิน 5,000 บาท

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านต่างๆที่เกี่ยวกับความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การรับประกัน ภาพลักษณ์ของการบริการ และ การเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.99	0.56	มาก
2. ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง	3.85	0.57	มาก
3. การรับประกัน	3.78	0.60	มาก
4. ภาพลักษณ์ของการบริการ	3.72	0.56	มาก
5. การเอาใจใส่ลูกค้า	3.66	0.61	มาก
โดยรวม	3.80	0.58	มาก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8 The 8th STOU National Research Conference

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8 โดยเรียงลำดับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 การรับประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ภาพลักษณ์ของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และการเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66ตามลำดับ โดยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ คือ ความมั่นคงและมีชื่อเสียงของบริษัท การชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามข้อตกลงในสัญญา การกำหนดเบี้ยประกันภัยและบริการที่ยุติธรรม พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และการจัดส่งพนักงานตรงตามกำหนดเวลานัดหมาย

ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับ คือ การชดเชยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ระยะเวลาในการดำเนินการต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนในการบริการมีความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า มีช่องทางการติดต่อกับบริษัทตลอด 24 ชั่วโมง การแก้ปัญหาและให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างรวดเร็ว การจ่ายเบี้ยประกันเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น จ่ายผ่านธนาคารทุกธนาคาร หรือเคาเตอร์เซอร์วิสได้ เบี้ยประกันไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่อาจได้รับ และพนักงานมีคล่องแคล่วในการให้บริการ พนักงานสามารถให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ได้รับการเตือนต่ออายุกรมธรรม์อย่างสม่ำเสมอเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ความหลากหลายและทันสมัยของผลิตภัณฑ์ และมีทางเลือกในการชำระเบี้ยประกันหลายวิธี เช่นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ตามลำดับคือ พนักงานใช้ถ้อยคำและพูดจาด้วยความสุภาพ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการ พนักงานให้ความรู้และรายละเอียดก่อนการทำประกันเป็นอย่างดี ให้ความสนใจและความสำคัญต่อลูกค้าแต่ละราย เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดกับลูกค้าเดิมที่เคยทำประกันวินาศภัยกับบริษัท การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานของบริษัทประกันภัยออกไปแนะนำข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ด้านการรับประกัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับ คือ การรักษาความลับของลูกค้า การบริการและดูแลหลังการขายผลิตภัณฑ์ การรู้สึกปลอดภัยในความคุ้มครองหรือในการรับบริการของบริษัท ค่าเบี้ยประกันมีความเป็นมาตรฐานและสอดคล้องตาม คปภ. กำหนด การมีมารยาทและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ การจ่ายผลตอบแทนคุ้มค่า มีความเป็นธรรม และชัดเจน ส่งพนักงานมาทดแทนเมื่อพนักงานไม่มาปฏิบัติงาน และค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม

ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ มีจำนวนสาขาที่เพียงพอในการบริการ ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ให้บริการ ความสะอาดของสถานที่จอดรถ สถานที่ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม จำนวนที่นั่งมีเพียงพอขณะรอรับบริการ มาตรฐานของเอกสารหรือแบบฟอร์มที่ใช้ในการติดต่อ การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและถูกกาลเทศะ การปฏิบัติตามกฎระเบียบบริษัทของพนักงาน และมีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย

ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกัน วินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	จำนวน สมาชิกใน ครอบครัว
	t-test	F-test	F-test	F-test	F-test
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้	0.298	2.559*	7.066*	3.884*	0.646
ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง	0.415	1.761	4.604*	2.319*	0.225
การรับประกัน	0.590	1.294	2.894*	2.124	0.630
ภาพลักษณ์ของการบริการ	-0.468	0.763	6.920*	1.716	0.320
การเอาใจใส่ลูกค้า	0.683	1.709	1.818	3.120*	0.318
โดยรวม	0.341	1.797	5.703*	2.950*	0.182

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า

อายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้

ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ และทุกด้านโดยรวม

อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านภาพลักษณ์ของการบริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และทุกด้านโดยรวม

ส่วน เพศและจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่พบว่ามีความมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการให้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยพิจารณาที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการให้บริการประกันวินาศภัย ประกันอัคคีภัย และประกันภัยเบ็ดเตล็ดของผู้บริโภค ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการให้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

2. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการใช้บริการประกันอัคคีภัยของผู้บริโภค ได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 05 ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการใช้บริการประกันภัยเบ็ดเตล็ดของผู้บริโภค มีเฉพาะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 05 ส่วนปัจจัยอื่นๆไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ

ปัจจัย	สมการถดถอยพหุคูณ
ประกันภัยรถยนต์	$Y_1 = 0.775 + 0.137X_1 + 0.032X_2 + 0.266X_3 - 0.02X_4 + 0.53X_5 - 0.022X_6$ $t\text{-Statistic } (2.748)^* (1.433)^{ns} (0.607)^{ns} (3.064)^* (-0.433)^{ns} (9.927)^* (-0.261)^{ns}$ $R^2 = 0.331 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.322$ $F\text{-statistic} = 40.654 \quad D.W. = 2.401$
ประกันภัยอัคคีภัย	$Y_2 = -0.007 - 0.013X_1 - 0.013X_2 + 0.02X_3 + 0.111X_4 + 0.26X_5 + 0.068X_6 + e$ $t\text{-Statistic } (-0.026)^{ns} (-0.153)^{ns} (-0.274)^{ns} (0.255)^{ns} (2.605)^* (5.774)^* (0.885)^{ns}$ $R^2 = 0.252 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.237$ $F\text{-statistic} = 16.504 \quad D.W. = 2.232$
ประกันภัยเบ็ดเตล็ด	$Y_3 = -0.113 + 0.046X_1 - 0.128X_2 + 0.057X_3 + 0.005X_4 + 0.463X_5 + 0.142X_6 + e$ $t\text{-Statistic } (-0.401)^{ns} (0.434)^{ns} (-2.313)^{ns} (0.62)^{ns} (0.101)^{ns} (7.92)^* (1.406)^{ns}$ $R^2 = 0.373 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.358$ $F\text{-statistic} = 3.908 \quad D.W. = 2.423$

ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อประกันภัยของกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

1. ผู้บริโภคมีความต้องการของทางด้านประกันภัยมากขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากผู้บริโภคมีการใช้ประกันภัยที่มากขึ้น และยังมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยเรื่องราคายังเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัย
2. การบริหารจัดการ ไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและชัดเจนเท่าที่ควร
3. เครือข่าย กิจการประกันวินาศภัยมักจำหน่ายกรมธรรม์ผ่านเครือข่ายที่เป็นบริษัทหน้าหน้าประกันภัย แต่พบว่าในภาวะที่การแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทตัวแทนมีการย้ายไปร่วมมือกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า
4. ปัญหาการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันที่ไม่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาหรือปรับตัวให้มีประสิทธิภาพในธุรกิจประกันชีวิต



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยในที่นี้เน้นในส่วนที่เกี่ยวกับ ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ที่ได้จากความคิดเห็นของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการประกันภัยตามมูลค่าค่าเบี้ยประกันของผู้บริโภค ดังนี้ และปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1) ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยที่ได้จากความคิดเห็นของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การรับประกัน ภาพลักษณ์ของการบริการ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะว่า การปรับโครงสร้างในการรับประกันวินาศภัย เพื่อลดความเสี่ยงลง ซึ่งจากการศึกษาการประกันภัยรถยนต์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครในสัดส่วนที่สูง การลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันวินาศภัยซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่า จะทำให้สาขาหรือบริษัทมีผลประกอบการที่ดีขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่น การสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ในการให้บริการ เนื่องจากบริษัทประกันวินาศภัยมักถูกมองว่า เมื่อผู้เอาประกันขอให้จ่ายค่าสินไหมทดแทนตามกฎหมาย บริษัทประกันวินาศภัยมักจะมีข้อโต้แย้ง เพื่อไม่ให้บริษัทต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทน หรือเป็นการประวิงเวลาการจ่ายเงินออกไป หากสร้างภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นธรรมต่อผู้เอาประกันจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนและสามารถขยายธุรกิจได้อย่างมั่นคง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประกันภัยเบ็ดเตล็ด ซึ่งมีรูปแบบมากมาย ประชาชนหรือนักธุรกิจทั่วไปไม่ทราบว่าสามารถทำประกันเพื่อลดความเสี่ยงได้ เช่นการประกันกระจก การประกันภัยป้ายโฆษณา การประกันภัยสำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง การประกันภัยเครื่องจักร เป็นต้น การเอาใจใส่ลูกค้า ด้วยการการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกค้า ให้ตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นของการประกันวินาศภัย โดยใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ เช่น เอกสารเผยแพร่ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และผลักดันให้มีการเพิ่มเนื้อหาวิชาการประกันภัยในหลักสูตรการศึกษาในทุกระดับให้มากขึ้น การรักษาความลับของลูกค้า และการบริการและดูแลหลังการขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้บริษัทมีศักยภาพในการดำเนินการและการแข่งขัน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังเป็น การสร้างความมั่นใจเชื่อใจให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยปณิธิ พัฒนพงศ์สิริกุล (2550) ได้ทำการศึกษาธุรกิจประกันวินาศภัยใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการตลาดและการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยสมัยใหม่ โดยนำข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันวินาศภัยมาใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา ทำการวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยที่มีชื่อเสียงด้วยการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด การแข่งขันทางธุรกิจ ส่วนผสมทางการตลาด วิเคราะห์ฐานะทางการเงินของผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด การเข้าสู่ตลาดทำได้ง่าย ผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนกันได้ส่งผลให้มีการแข่งขันสูง การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (1) ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนา เพื่อตอบสนองความพอใจของผู้เอาประกันและให้ตรงกับเป้าหมาย (2) ช่องทางการจัดจำหน่าย อาศัยตัวแทน นายหน้า เพื่อเข้าถึงตัวผู้เอาประกันและสามารถนำเสนออัตราค่าเบี้ยประกันให้ตรงกับความต้องการของผู้เอาประกัน (3) การส่งเสริมการตลาด เน้นการโฆษณา เพื่อตอกย้ำถึงการบริการที่ดี (4) ด้านราคา ได้ปรับอัตราเบี้ยประกันให้เหมาะสมกับผู้เอาประกัน เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม เพิ่มปริมาณลูกค้าใหม่ รักษาส่วนครองตลาดให้ได้มากที่สุด และการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัย พบว่า (1) อุปสรรคของคู่แข่งรายใหม่มีเข้ามาในตลาดสูง เพราะต้นทุนการลงทุนสูง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

(2) อำนาจการต่อรองของปัจจัยการผลิตสูง เนื่องจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือได้รับการอบรมยังมีจำนวนไม่มากนัก จึงเป็นที่ต้องการสูง ทั้งผลตอบแทนที่จะได้รับเป็นเครื่องบ่งชี้ขีดความสามารถของตัวแทนและนายหน้าประกันภัย (3) อำนาจต่อรองผู้ซื้อสูง เพราะตลาดประกันภัยมีผู้ประกอบการสินค้ามีจำนวนมากและสินค้าไม่แตกต่างกันมาก (4) ผลผลิตทดแทน สามารถหาซื้อได้ง่าย (5) การแข่งขันระหว่างธุรกิจประกันวินาศภัยค่อนข้างรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการต่างประเทศที่ต้องการลงทุนในประเทศไทย แนวโน้มมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยของศรีสุกิจ อำนาจ วรประเสริฐ (2530) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงเหตุจูงใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิตโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ต้องการความปลอดภัยสำหรับตัวเองและครอบครัว โดยส่วนใหญ่จะทำประกันจากตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นโบสถ์ หรือ ญาติพี่น้อง ส่วนผู้บริโภคที่แต่งงานแล้ว คือ คู่สมรส สาเหตุที่ยกเลิกการทำประกันชีวิต คือ การชำระเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไป สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่คิดที่จะทำประกันชีวิตคือ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตัวเองและครอบครัว สถานภาพการสมรส รายได้ อายุของผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ยังไม่คิดทำประกันชีวิต ส่วนอาชีพนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผู้บริโภคเสนอแนะให้ตัวแทนทำงานเต็มเวลา มีความจริงใจ อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิดข้อเท็จจริงและให้บริการสม่ำเสมอ ลดอัตราเบี้ยประกันให้ถูกลงกว่าเดิม ปรับปรุงการบริหารงานทั้งภายในภายนอก เช่น การปรับปรุงค่าสินไหมทดแทน เป็นต้น

2) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการประกันภัยตามมูลค่าค่าเบี้ยประกันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพราะถ้าผู้ใช้บริการมีการบริการประกันภัยรถยนต์มากขึ้น จะมีความภักดีในการทำประกันภัยรถยนต์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทางประกันรถยนต์นำเสนอรูปแบบการให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกเป็นเชิงบวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยวาทีณี วังสุนทร จัตราส (2549) ได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อประกันต่อการซื้อรูปแบบประกันภัยโรคร้ายแรง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกันภัย และศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการจากบริษัทประกันกับการซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกัน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อประกันภัยซึ่งพิจารณาจากจำนวนทุนประกันภัยจะมีความแตกต่างกันเมื่อผู้ซื้อประกันมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และปัจจัยทั่วไปของผู้ซื้อประกันมีความแตกต่างกัน ส่วนอาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งเนื่องจากอาชีพก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญและมีบทบาทที่ทำให้ทัศนคติของผู้ใช้บริการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหากเกิดทัศนคติที่ดีก็จะทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำและ บอกต่อก่อให้เกิดเป็นความภักดีในการบริการของผู้ใช้บริการต่อไปอย่างแน่นอน อย่างถูกต้อง เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจ ประทับใจเพื่อนไปสู่ความภักดีในการใช้บริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัณชิต กิตติไพศาลกุล (2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดต่อกับบริษัทประกันภัยโดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากการแนะนำของเพื่อน บุคคลที่รู้จักและญาติเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งประเภท 1 และประเภท 3 พบว่า อัตราค่าเบี้ยประกัน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ความคุ้มครอง และการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้ทำประกันภัยในการที่จะโอนภาระความเสี่ยงให้แก่บริษัทประกันภัยตามความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันจากรายได้ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยอัคคีภัย ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วน เพศ กับอายุมีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยอัคคีภัย ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวัญชิต กิตติไพศาลกุล (2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกทำประกันภัยแต่ละประเภทขึ้นอยู่กับรายได้และความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดต่อกับบริษัทประกันภัยโดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากการแนะนำของเพื่อน บุคคลที่รู้จักและญาติเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งประเภท 1 และประเภท 3 พบว่า อัตราค่าเบี้ยประกัน ความคุ้มครอง และการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้ทำประกันภัยในการที่จะโอนภาระความเสี่ยงให้แก่บริษัทประกันภัยตามความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันจากรายได้ของแต่ละบุคคล และงานวิจัยของปรีชญา แซ่ปิง (2547) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มประกันวินาศภัยในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการทำประกันวินาศภัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลัดกันหมดรวมในประเทศ จำนวนเงินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และในทิศทางตรงกันข้ามได้แก่ จำนวนบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลัดกันหมดรวมในประเทศ ปริมาณรถที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยทางทะเลและการขนส่งในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลัดกันหมดรวมในประเทศ และมูลค่าการนำเข้าสินค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ด ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุมีผลต่อมูลค่าค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ด ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์พิตร ตรงดี (2543) ได้ทำการศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประกันภัยอัคคีภัย ส่วนการประกันภัยเบ็ดเตล็ด สุขภาพ และการประกันสินค้าทางทะเลยังมีบทบาทไม่มากนัก ภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรซึ่งค่อนข้างขาดแคลน เนื่องจากพนักงานมีการย้ายบริษัทค่อนข้างมากด้วยแรงจูงใจทางด้านรายได้ และตำแหน่งที่แต่ละบริษัทต่างเสนอให้กับบุคลากรที่มีความสามารถ แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่นซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่า การรักษาจริยบรรณของผู้บริหารและความซื่อสัตย์ของพนักงาน การพัฒนาบุคลากรต่างจังหวัดให้มีความรู้ความสามารถ การออกกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่สามารถติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทประกันวินาศภัยได้ การสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ และโดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านภาพลักษณ์ของการบริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2542) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความมั่นคงต่อตัวเองและครอบครัว ความคุ้มครองและค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บไข้มากกว่าด้านอื่นๆ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบริษัทประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงของกิจการและความสะดวกในการติดต่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวแทนประกันชีวิตพบว่า ปัจจัยด้านความมีน้ำใจและสุภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัญหาในการประกันชีวิต พบว่า การเรียกร้องสินไหมยากและล่าช้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด

3) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการของทางด้านประกันภัยมากขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากผู้บริโภคมีการใช้ประกันภัยที่มากขึ้น และยังมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยเรื่องราคายังเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัย การบริหารจัดการ ไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและชัดเจนเท่าที่ควร เครือข่าย กิจการประกันวินาศภัยมักจำหน่ายกรมธรรม์ผ่านเครือข่ายที่เป็นบริษัทนายหน้าประกันภัย แต่พบว่าในภาวะที่การแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทตัวแทนมีการย้ายไปรวมมือกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ปัญหาการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันที่ไม่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาหรือปรับตัวให้มีประสิทธิภาพในธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์พิตร ตรงดี (2543) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่ การประกันภัยอัครภัย ส่วนการประกันภัยเบ็ดเตล็ด สุขภาพ และการประกันสินค้ทางทะเลยังมีบทบาทไม่มากนัก ภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรซึ่งค่อนข้างขาดแคลน เนื่องจากพนักงานมีการย้ายบริษัทค่อนข้างมากด้วยแรงจูงใจทางด้านรายได้ และตำแหน่งที่แต่ละบริษัทต่างเสนอให้กับบุคลากรที่มีความสามารถ แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่นซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่า การรักษารายาบรรณของผู้บริหารและความซื่อสัตย์ของพนักงาน การพัฒนาบุคลากรต่างจังหวัดให้มีความรู้ความสามารถ การออกกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่สามารถติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทประกันวินาศภัยได้ การสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น และงานวิจัยของพรพัฒน์ วัฒนานุกุล (2539) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ขอเอาประกันที่มีกรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรมธรรม์ โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการออมในรูปแบบของการถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์เพิ่ม และวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อตลาดประกันชีวิต โดยอาศัยแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ผลการศึกษา พฤติกรรมของผู้เอาประกันสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ประกอบไปด้วย สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลอย่างสูงต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้เอาประกัน ลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้เอาประกันในการซื้อกรมธรรม์เพิ่ม นอกจากนี้ผู้เอาประกันได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรจะมีการปรับปรุงค่าเบี้ยประกัน และคุณภาพตัวแทนขายประกันชีวิตให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับแผนการประกัน กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรเน้นเรื่องดังนี้ การกำหนดเบี้ยประกันภัยและบริการที่ยุติธรรม พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้ พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และการจัดส่งพนักงานตรงตามกำหนดเวลานัดหมาย
2. ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ควรเน้นเรื่องดังนี้ พนักงานสามารถให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ได้รับการเตือนต่ออายุกรมธรรม์อย่างสม่ำเสมอเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ความหลากหลายและทันสมัยของผลิตภัณฑ์ และมีทางเลือกในการชำระเบี้ยประกันหลายวิธี เช่นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี
3. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ควรเน้นเรื่องดังนี้ พนักงานของบริษัทประกันภัยออกไปแนะนำข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
4. ด้านการรับประกัน ควรเน้นเรื่องดังนี้ การมีมารยาทและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ มีการจ่ายผลตอบแทนคุ้มค่า มีความเป็นธรรม และชัดเจน ส่งพนักงานมาทดแทนเมื่อพนักงานไม่มาปฏิบัติงาน และค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม
5. ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ ควรเน้นเรื่องดังนี้ มาตรฐานของเอกสารหรือแบบฟอร์มที่ใช้ในการติดต่อ การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและถูกกาลเทศะ การปฏิบัติตามกฎระเบียบบริษัทของพนักงาน และมีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เป็นการศึกษาขององค์กรเพียงองค์กรเดียว ดังนั้นควรเพิ่มผลการศึกษาจึงเป็นข้อมูลที่ใช้ได้กับองค์กรที่ศึกษา หรือมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับองค์กรที่ทำการศึกษา
2. ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 คน ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย (Non-life insurance) ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัด การศึกษาในครั้งต่อไปหากมีการเวลาในการศึกษานานกว่านี้ เห็นควรว่าอาจจะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปณิธิ พัฒนพงศ์สิริกุล. (2550). *ธุรกิจประกันวินาศภัยสมัยใหม่*. (สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ปรีชาญา แซ่ปึ้ง. (2547). *แนวโน้มการประกันวินาศภัยในประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- พงษ์พิตร ตรงดี. (2543). *โครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พรพัฒน์ วัฒนากุล. (2539). *พฤติกรรมของผู้ขอเอาประกันภัยที่มีกรรมกรมากกว่าหนึ่งกรรมกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2551). *เอกสารการสอนชุดวิชาสถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ หน่วยที่ 9-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ขวัญชัย กิตติไพศาลกุล. (2543). *พฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วาทีณี วั่งสุนทร จัตรส. (2549). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อประกันต่อการซื้อรูปแบบประกันภัยโรคร้ายแรง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. (2530). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล. (2542). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Beverly Hills, CA: Sage.