

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
ในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน)

ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์



บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

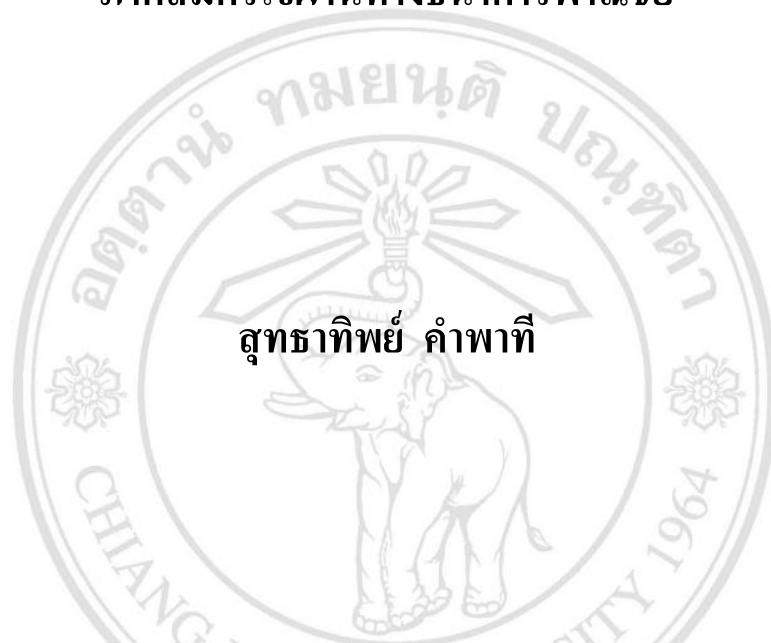
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2557

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
ในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน)
ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์



สุทธาทิพย์ คำพาที

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2557

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการ
เลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจ
ผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์

สุทธาทิพย์ คำพาทิ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์ชวณณ สิงห์จรรย์)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ)

.....
(อาจารย์ ดร.ก้องภู่ นิมนานนท์)

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

29 ธันวาคม 2557

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆเป็นอย่างดี จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชวภณ สิงห์จรรย์ อาจารย์ ดร.ก้องภู่ นิมนันท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบ การค้นคว้าแบบอิสระ และได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่ายิ่งต่อการค้นคว้าแบบอิสระนี้จนสำเร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ให้กับผู้ศึกษาจนสามารถนำมาใช้ประกอบการทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่คอยสนับสนุนอำนวยความสะดวกเรื่อยมา

ขอขอบคุณครอบครัว ที่เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ในการสนับสนุน และให้กำลังใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่ายิ่งต่อการผลักดันให้ถึงเป้าหมายจนสำเร็จและเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ จังหวัดสมุทรสาครรุ่นที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆทั้งให้กำลังใจ ในการทำการค้นคว้านี้จนเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาระบบอิสระนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สุทธาทิพย์ คำพาที

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค
ในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์
ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคาร
พาณิชย์

ผู้เขียน นางสาวสุทธาทิพย์ คำพาที

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด
บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน
7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จากการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่เคยซื้อ
ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาครจำนวน
200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อย
ละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20-29 ปี
สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจเนื่องจากต้องการลดความกังวลใจต่อความเสียหายต่อรถยนต์และทรัพย์สินภายใน
รถยนต์ ให้ความสำคัญต่อประเภทความคุ้มครองด้านความรับผิดชอบชีวิต ร่างกาย ของ
บุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ มีลักษณะการขับขี่รถยนต์แบบขับความเร็วปานกลาง (80 Km/hr)
มีรถยนต์ในครอบครองแล้วเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลจำนวน 1 คัน ได้รับข้อมูลข่าวสาร
ธนาคารพาณิชย์มีบริการด้านการขายประกันภัยจากพนักงานธนาคารแนะนำ ซื้อประกันภัยรถยนต์
ส่วนบุคคลภาคสมัครใจประเภท 1 ชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจแบบชำระเงิน
สด ส่วนมากไม่เคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เมื่อเกิด

อุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดต่อเจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย วิธีการแจ้งอุบัติเหตุที่สะดวกคือโทรแจ้งบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย และวิธีการเรียกรถค่าสินไหมทดแทนที่สะดวกคือ ติดต่อกับบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้านลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องเงื่อนไขการรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องเงื่อนไขการเรียกรถค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนการซื้อประกันภัยรถยนต์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องสาขาธนาคารหาง่าย เดินทางสะดวก มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอ ด้านบุคลากรในเรื่องพนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคารเช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในเรื่องธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Service Marketing Mix Affecting Consumers in Samut Sakhon Province Towards Selection of Voluntary Automobile Insurance via Commercial Bank Channel

Author Ms. Suthathip Kampartee

Degree Master of Business Administration

Advisor Associate Professor Dr. Nittaya Jariangprasert

ABSTRACT

The objective of this independent study was to examine the service marketing mix affecting consumers in Sanut Sakhon Province in purchasing voluntary automobile insurance (Not over 7 persons) through commercial banks. The questionnaires were used to collect data from those who have purchased voluntary automobile insurance through commercial banks in Sanut Sakhon Province totaled 200 cases. Data was analyzed using descriptive statistics. The statistics such as frequency, percentage and average were used.

The study found that the sampling group mostly were female, aged 20-29 years old, single, with a bachelor's degree, worked for private companies and has an average monthly income between 15,000 - 30,000 Baht. Most respondents purchased voluntary automobile insurance due to the need to lower their concerns of the damage to vehicles and property inside the car, gave precedence to the plans which covered the Third Party bodily injury and passengers on the insured vehicle, drove at medium speed (80 Km / HR.), owned one insured's personal vehicle, received insurance information from the bank staffs, purchased the 1 st. Class voluntary automobile insurance, paid the insurance premium on the voluntary automobile insurance in cash, mostly had never had a car accident or damaged to the vehicle. Most respondents contacted insurance companies' staffs which banks were sales representative. The convenient way to report the accident was to call the insurance company that the banks were insurance agents. The convenient way to

claim the compensation was to contact directly with the insurance company that the banks were insurance agents.

The result of the study of the service marketing mix affecting consumers in Sanut Sakhon Province in purchasing voluntary automobile insurance (Not over 7 persons) through commercial banks found that the respondents focused on all clauses at high level which the first order was the product clause of the liability for damage to the insured vehicle, followed by the cost of premium of voluntary automobile insurance suited with the received coverage, the claim of compensation was in line with that the bank informed before purchasing the insurance, the distribution channel at the bank's branch, easy to find, convenience to traveling, sufficient parking space, the personnel aspect about bank's staff on advise and consult properly, using language to easy understanding, marketing promotion on advertising / Public Relations to provide the bank service of the voluntary automobile insurance products such as brochures, television, online media, and the physical environment that the bank has designated the service area of automobile insurance clearly.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.2 วิธีการศึกษา	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	17
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	20
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์	23
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	78
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	79
5.1 สรุปผลการศึกษา	79
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	96
5.3 ข้อค้นพบ	100
5.4 ข้อเสนอแนะ	102
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	110
แบบสอบถาม	111
ประวัติผู้เขียน	119

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	21
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	22
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อประกันภัยรถยนต์	23
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทความคุ้มครองที่ให้ความสำคัญ	24
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการขับขี่รถยนต์	25
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่ดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	26
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องธนาคารพาณิชย์บริการด้านการขายประกันภัย	27
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	28
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจที่เลือกซื้อ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของการชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	30
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์	30
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ติดต่อเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์เป็นลำดับแรก	31
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่สะดวกที่สุดเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์	32
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยที่สะดวกที่สุด	32
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	33
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	35
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	36
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	39
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	40
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์	42
ตารางที่ 4.26	สรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	46
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	47
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	50
ตารางที่ 4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	52
ตารางที่ 4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	53
ตารางที่ 4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	55
ตารางที่ 4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	57
ตารางที่ 4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	59
ตารางที่ 4.39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	62
ตารางที่ 4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
ตารางที่ 4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
ตารางที่ 4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
ตารางที่ 4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ตารางที่ 4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
ตารางที่ 4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
ตารางที่ 4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 5.1	แสดงลำดับการมีผลของส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
ตารางที่ 5.2	แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ 10 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	82
ตารางที่ 5.3	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามเพศ	84
ตารางที่ 5.4	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ	87
ตารางที่ 5.5	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ธุรกิจประกันวินาศภัยถือเป็นธุรกิจการเงินประเภทหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ และเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างหลักประกันความมั่นคงแก่บุคคล ครอบครัว ธุรกิจ และยังช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยให้เบาบางลง โดยการทำหน้าที่กระจายความเสี่ยง ประชาชนจึงตระหนักถึงความสำคัญในการทำประกันภัยมากขึ้น เพื่อโอนความเสี่ยงที่อาจเกิดความเสียหายต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินเมื่อเกิดภัยให้กับบริษัทที่รับประกันภัย

รถยนต์เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่สร้างความสะดวกต่อการเดินทางและมีความสำคัญในชีวิตประจำวัน แต่การใช้รถยนต์อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุซึ่งสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของตนเองและผู้อื่น ในปี 2535 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย พ.ศ.2556) มาบังคับใช้ โดยบทบัญญัติของกฎหมายนี้มีลักษณะเป็นการประกันภัยภาคบังคับเพื่อเป็นการคุ้มครองและให้ความช่วยเหลือกับประชาชนผู้ประสบภัยจากรถที่ได้รับบาดเจ็บ/เสียชีวิต เท่านั้น อย่างไรก็ตามเหตุไม่คาดฝันแต่ละครั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ประชาชนจึงต้องการผลัดภาระค่าใช้จ่ายกรณีเกิดเหตุ และต้องการความคุ้มครองที่มากขึ้นจากการประกันภัยภาคบังคับที่สามารถรองรับค่าเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก ค่าเสียหายต่อตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย ค่าเสียหายต่อการสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย จึงได้เกิดการรับประกันภัยภาคสมัครใจขึ้นทั้ง ประกันประเภท 1 ประกันประเภท 2 ประกันประเภท 3 ประกันประเภท 4 และประกันประเภท 5 และในปัจจุบันมีรูปแบบต่างๆเพิ่มขึ้นตามสภาวะแวดล้อมและเศรษฐกิจ ประกอบกับในปี 2556 รัฐบาลมีนโยบายรถยนต์คันแรกเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้จำนวนรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ผลพลอยได้จากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจดังกล่าว ส่งผลให้หลายธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับผลประโยชน์ และธุรกิจด้านการประกันภัยรถยนต์ก็เป็นหนึ่งธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากนโยบายรถยนต์คันแรกด้วย

ช่องทางการรับประกันภัยต่างๆมีหลากหลายช่องทาง ทั้งในส่วนของตัวเองแทนประกันวินาศภัย (Agent) นายหน้าประกันวินาศภัย (Broker) หรือแม้แต่การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านธนาคาร (Bancassurance) ช่องทางที่หลากหลายในการเลือกใช้บริการประกันภัย ก็เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากระบบประกันภัยได้อย่างทั่วถึง ช่องทางที่ได้รับ

ความนิยมเป็นอย่างมากมาตั้งแต่ปี 2544 ช่องทางหนึ่งคือการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย พ.ศ.2556) หลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ขายประกันภัยได้เต็มรูปแบบเช่นเดียวกับบริษัทประกันภัยโดยตรง ผู้บริโภคก็หันมาให้ความสำคัญกับการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจผ่านช่องทางนี้มากขึ้น จากรายงานตัวเลขการรับประกันวินาศภัยจำแนกตามช่องทางการขายประเภทการทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพบว่า ในปี 2555 มีจำนวนกรมธรรม์ 729,660 ราย ปี 2556 มีจำนวนกรมธรรม์ 797,833 ราย (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย พ.ศ.2556) ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสนใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์มากขึ้น แต่จากการมีธนาคารพาณิชย์หลายแห่งจึงมีการแข่งขันทั้งการออกผลิตภัณฑ์และโฆษณาผ่านสื่ออย่างแพร่หลายเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค และทำให้การซื้อกรมธรรม์ผ่านช่องทางธนาคารมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านการประมง การเกษตรและอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก มีนิคมอุตสาหกรรม อาทิ นิคมอุตสาหกรรมสินสาคร นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร ด้วยเศรษฐกิจที่ดีของจังหวัด ทำให้จังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product:GDP เท่ากับ 323,878.08 จัดเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ (สำนักงานคลังจังหวัดสมุทรสาคร,2555:ออนไลน์) การขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น จำนวนโรงงานในจังหวัดสมุทรสาครปี 2556 มีจำนวน 5,878 โรง (ศูนย์สารสนเทศโรงงานอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม,2556:ออนไลน์) จากปริมาณโรงงานจำนวนมากนี้ทำให้เกิดการเข้ามาของแรงงาน ปัจจุบันดังกล่าวทำให้จำนวนประชาชน เพิ่มมากขึ้น ทั้งประชาชนที่อยู่ในภูมิลำเนาหรือแรงงานที่เข้ามาประกอบอาชีพ โดยจำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรสาครตามทะเบียนราษฎร์ มีจำนวน 510,511 คน (จังหวัดสมุทรสาคร 2556: ออนไลน์) จำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้ขาดยานพาหนะอย่างรถยนต์มีจำนวนเพิ่มขึ้น สถิติจำนวนรถจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์นั่งส่วนบุคคล สะสม สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร ณ.วันที่ 30 กันยายนของทุกปี ปี 2556 มีจำนวนรถ 196,368 คัน เทียบกับปี 2555 มีจำนวนรถ 182,457 คัน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.6 (ที่มา:สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร พ.ศ.2556)

จากที่ประชาชนให้ความสำคัญกับการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์มากขึ้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล(ไม่เกิน 7 คน)ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค โดยสนใจศึกษา

ผู้บริโภคนในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีอัตราการเติบโตของประชากรและการจดทะเบียนรถยนต์ที่ต่อเนื่อง จึงส่งผลต่อความต้องการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้นด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

1.4 นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หมายถึง การประกันภัยที่เกิดขึ้นโดยความสมัครใจของเจ้าของรถยนต์ ผู้ครอบครองรถยนต์หรือ ผู้ขับขี่รถยนต์โดยไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับโดยกฎหมายแต่อย่างใด และมีความคุ้มครองมากกว่าการทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ ซึ่งความคุ้มครองที่เพิ่มขึ้นก็ขึ้นอยู่กับประเภทความคุ้มครองของการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่เลือกซื้อ

รถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) หมายถึง รถดังต่อไปนี้

1. เก๋งตอนเดียว
2. เก๋งสองตอน
3. เก๋งสองตอนแวน
4. เก๋งสามตอน
5. เก๋งสามตอนแวน
6. นั่งสองตอน
7. นั่งสองตอนแวน
8. รถเฉพาะกิจ ได้แก่ รถเฉพาะกิจ(มอเตอร์โฮม)
9. นั่งสองแถว
10. นั่งสองตอน
11. นั่งสองตอนสองแถว
12. นั่งสองตอนท้ายบรรทุก
13. ประทุนตอนเดียว
14. ประทุนสองตอน
15. ตู้นั่งสามตอน
16. รถเฉพาะกิจ (ถ่ายทอดสัญญาณ) รถเฉพาะกิจ(พยาบาล)

9. นั่งสามตอนแวน 17. รถลักษณะอื่น

(ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย พ.ศ.2556)

ผู้บริโภคร หมายถึง ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาครและเคยเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์
ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล(ไม่เกิน 7 คน)ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

2.1 แนวคิด และทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7 P's) (ธีรภิญโญ นวรัตน์ ฅ อยุธา, 2552) ซึ่งประกอบด้วย

ธีรภิญโญ นวรัตน์ ฅ อยุธา (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่รู้จักกันในนามว่า 4P's ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 ว่าเป็นมุมมองที่ค่อนข้างแคบเกินไปและไม่เหมาะสมที่จะใช้กับการบริการซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป จึงควรเพิ่มเติมองค์ประกอบอีก 3 ส่วน รวมเรียกว่า 7P's ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Payne Adrian (1993. อ้างถึงใน ธีรภิญโญ นวรัตน์ ฅ อยุธา, 2556) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยการบริการจะมีปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ คือ เน้นบุคคล กระบวนการในการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ; P1

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง บริการเป็นของธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมทุกอย่างของตัวสินค้า และทุกสิ่งทุกอย่างที่ถูกจัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงสินค้าและบริการเท่านั้นแต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อบริการจากธุรกิจด้วย โดยองค์ประกอบที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการ ประกอบด้วย

1.1 บริการหลัก (The Core or Generic Product) คือ ลักษณะของบริการหลักหรือการบริการพื้นฐาน ที่เตรียมไว้ให้บริการลูกค้า ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

1.2 บริการที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ (The Expected Product) คือ บริการหลักและบริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ อันเนื่องมาจากการซื้อบริการหลักเป็นเงื่อนไขล่าสุดที่ลูกค้าต้องได้รับ

1.3 บริการที่เพิ่มพูนจากเดิม (The Augmented Product) คือ บริการที่มีความพิเศษแตกต่างจากบริการของกลุ่มแข่งขันที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า เรียกว่า

“คุณค่าเพิ่ม” (Adding Value) ที่เสริมบริการหลักในรูปของความเชื่อถือได้และการยอมรับของผู้ใช้บริการ

1.4 บริการที่สามารถเพิ่มคุณค่าพิเศษ (The Potential Product) คือความเป็นไปได้ในการเพิ่มลักษณะพิเศษหรือผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคควรได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการในรูปของการบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้า

2. ราคา (Price) ; P2

ราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Values) กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 2.1 การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์
- 2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ภาวะการแข่งขัน
- 2.4 ปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ; P3

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากธุรกิจไปยังตลาด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 ทำเลที่ตั้ง (Location) คือ การเลือกสถานที่เพื่อให้ลูกค้าได้รับการส่งมอบสินค้าหรือบริการจากธุรกิจ โดยในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการนั้น ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือก จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการจะต้องครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด และต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มคู่แข่งด้วย ซึ่งความสำคัญจะมีมาก หรือน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่

3.1.1 ผู้บริโภคต้องไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้

3.1.2 ผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ผู้บริโภคในสถานที่ของผู้บริโภค ในกรณีนี้ การเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสถานที่ที่มีความสำคัญน้อยลง

3.1.3 ผู้ให้บริการและผู้รับบริการนัดพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่ง เพื่อให้บริการและรับบริการ ณ สถานที่แห่งนั้น เพื่อความสะดวกของทั้ง 2 ฝ่าย ในกรณีนี้การเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสถานที่ให้บริการจะมีความสำคัญน้อย

3.2 ช่องทาง (Channels) คือ กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้า หรือบริการจากธุรกิจ โดยการกำหนดช่องทางเพื่อการจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่

ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น การจำหน่ายของธุรกิจบริการโดยทั่วไปมีทั้งหมด 4 ช่องทาง ได้แก่

3.2.1 การให้บริการโดยตรง (Direct Sale) โดยการที่ผู้ให้บริการ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง

3.2.2 การให้บริการผ่านตัวแทน (Agent or Broker) โดยการผ่านคนกลางซึ่งเป็นตัวแทน

3.2.3 การให้บริการผ่านตัวแทนของทั้งสองฝ่าย (Seller's and Buyer's Agent or Broker) โดยทั้งฝ่ายผู้ให้บริการผู้ใช้บริการ ต่างมีคนกลางของตัวเอง และคนกลางของทั้งสองฝ่ายตกลงกัน

3.2.4 การเข้าร่วมระบบการขายสินค้า หรือบริการ โดยการซื้อสิทธิ์จากบริษัทแม่และสัญญาให้บริการ (Franchise and Contract Service Deliverers) โดยผู้ใช้บริการติดต่อผ่านทางธุรกิจบริการที่ได้รับสิทธิและมีสัญญาให้บริการจากบริษัทแม่

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ; P4

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสาร อาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช่คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท และในหนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบหนึ่งในการติดต่อสื่อสารที่นิยมกันมากในธุรกิจบริการเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในการบริการที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้และเพื่อจูงใจให้ผู้ที่จะคาดว่าจะเป็นลูกค้าได้ทราบและมีความต้องการใช้บริการ ดังนั้น นักการตลาดบริการจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการโฆษณาและมีการตัดสินใจในการโฆษณา โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณา การกำหนดงบประมาณในการโฆษณา และการเลือกใช้สื่อในการโฆษณาด้วย

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร โดยตรง อาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที งานในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) และ การจัดการหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือระยะสั้น เพื่อกระตุ้นการตอบสนองให้เร็วขึ้น ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การนำไปใช้และการเผยแพร่ วัสดุและเทคนิค

ต่างๆ โดยใช้เสริมกับการโฆษณา และช่วยเสริมการขาย การส่งเสริมการขาย อาจจะทำโดยวิธีทางไปรษณีย์ แคตตาล็อก สิ่งพิมพ์จากบริษัทผู้ผลิต การแข่งขัน การขาย และเครื่องมือขายอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายคือ เพื่อเพิ่มความพยายามในการขายของพนักงานขาย ผู้จำหน่ายและผู้ขายให้ขายผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นนั้น ทำให้การขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณาสามารถไปได้ดี เพราะการส่งเสริมการขายเป็นการให้สิ่งจูงใจพิเศษ

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) เป็นการให้ข่าว และเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือนโยบายบริษัท โดยผ่านสื่อ ซึ่งมีทั้งรูปแบบที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน หรือจ่ายเงินก็ได้ นอกจากการให้ข่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อาทิเช่น การนำเสนอทางโทรทัศน์ แคตตาล็อก โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือทางโซเชียลมีเดีย เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนองต่อสินค้าและบริการของธุรกิจ

5. บุคลากร (People) ; P5

บุคลากร หมายถึง บุคลากรภายในองค์กรมีหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ลูกค้า จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการในปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์แข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการนั้น จะต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ดังนั้นพนักงาน จึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความรู้สึกระทึกใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียม สามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่างๆ ของลูกค้ามีความริเริ่ม และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

6. กระบวนการให้บริการ (Process) ; P6

กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ โดยลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อซื้อ-ขายสินค้าหรือบริการ ส่วนในด้านของความหลากหลายต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่นสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอน หรือลำดับการทำงานได้ เพื่อให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ; P7

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ภาพลักษณ์ หรือสิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ และเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบ การตกแต่งและแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ในอาคารความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น

จากการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการ สรุปได้ว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้านที่กล่าวไปข้างต้น เป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจการเพื่อกำหนดให้ธุรกิจดำเนินการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งจะต้องทำหน้าที่ร่วมกันอย่างสมดุลและมีประสิทธิภาพต่อธุรกิจสูงสุด

2.1.2 ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์

1. ประเภทความคุ้มครองของการประกันภัยรถยนต์

การประกันภัยรถยนต์จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1. การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (Compulsory Third Party Insurance) หมายความว่า การประกันภัยรถยนต์ที่ถูกบังคับโดยกฎหมาย เพื่อความคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกายของบุคคล ผู้ประสบภัยจากรถยนต์ โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่เรียกว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2551 เพื่อให้ประชาชน ผู้ประสบภัยจากรถ ได้รับความคุ้มครอง และการชดเชยค่าเสียหายที่แน่นอน รวดเร็ว และเป็นธรรม

1.2 การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (Voluntary Motor Insurance) หมายความว่า การประกันภัยที่เกิดขึ้น โดยความสมัครใจของ เจ้าของรถยนต์ ผู้ครอบครองรถยนต์หรือ ผู้ขับขี่รถยนต์โดยไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับโดยกฎหมาย แต่อย่างไร

2 การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

2.1 กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจแบ่งออกเป็น 2 แบบ

1) กรมธรรม์แบบไม่ระบุชื่อผู้ขับขี่ (Un-Named Driver) เป็นกรมธรรม์ที่คุ้มครองผู้ขับขี่คนใดก็ได้ที่ผู้เอาประกันภัย ยินยอมให้ขับขี่เสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัย

2) กรมธรรม์แบบระบุชื่อผู้ขับขี่ (Named Driver) เป็นกรมธรรม์ที่นำเอาอายุผู้ขับขี่มาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย และคุ้มครองแต่ผู้เอาประกันภัยซึ่งผู้เอาประกันภัยต้องร่วมรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นของอุบัติเหตุแต่ละครั้ง กรมธรรม์แบบนี้ผู้เอาประกันภัยต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่ใช้รถส่วนบุคคล และสามารถระบุชื่อผู้ขับขี่ได้ ไม่เกิน 2 คน

2.2 ประเภทความคุ้มครองของการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แบ่งออกเป็น 4

ประเภท

1) กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1

- ผู้โดยสารในรถ
- (1) ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก และ
 - (2) ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
 - (3) ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย
 - (4) ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอา

ประกันภัย

2) กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2

- ผู้โดยสารในรถ
- (1) ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก และ
 - (2) ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
 - (3) ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอา

ประกันภัย

3) กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3

- ผู้โดยสารในรถ
- (1) ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก และ
 - (2) ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

ประกันภัย

4) กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 4

- ผู้โดยสารในรถ
- (1) ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกไม่เกิน 100,000 บาทต่อ

ครั้ง

5) กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 5

- ผู้โดยสารในรถ
- (1) ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก และ

แจ้งคุ้มครองได้เท่านั้น

- (2) ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- (3) ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัยแต่ต้อง
- (4) ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอา

ประกันภัย

ความรู้การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจรูปแบบใหม่

ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจรูปแบบใหม่ เป็นการประกันภัยรถยนต์ที่ได้รับการพัฒนา และเพิ่มเติมมาจากการประกันภัยรถยนต์รูปแบบเดิม โดยกำหนดให้เป็นการประกันภัยรถยนต์ ประเภท 5 ซึ่งมีลักษณะของเงื่อนไขความคุ้มครองที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของผู้บริโภคมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์มากขึ้น ในปัจจุบันกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่ที่บริษัทประกันวินาศภัยออกแบบนั้น มีชื่อของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปเพื่อสร้างความแตกต่าง เมื่อพิจารณาจากกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ตามลักษณะประเภทของความคุ้มครอง สามารถจำแนกประเภทของการประกันภัยรูปแบบใหม่ได้ดังนี้

1. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภทกำหนดเงื่อนไข
2. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+
3. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+

1. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภทกำหนดเงื่อนไข

เป็นการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่มีลักษณะเงื่อนไขความคุ้มครองเหมือนกับการประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ทุกข้อ แต่ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกเงื่อนไขได้ตามที่ผู้บริโภคต้องการ โดยเงื่อนไขที่สามารถกำหนดในกรมธรรม์ จะส่งผลต่ออัตราเบี้ยประกันภัย เพื่ออำนวยความสะดวกและนำเสนอรูปแบบการประกันภัยตามความสามารถในการชำระเบี้ยของผู้บริโภคมากที่สุด โดยลักษณะเงื่อนไขที่กำหนด ผู้วิจัยสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1.1 เงื่อนไขการกำหนดความรับชอค่าเสียหายส่วนแรก (Deductible) เป็นการให้ผู้เอาประกันภัยร่วมรับผิดชอบ จ่ายค่าซ่อมรถยนต์เมื่อรถยนต์เกิด ความเสียหาย ในกรณีที่เกิดการชนขึ้นจริง แต่ไม่สามารถระบุคู่กรณีอีกฝ่ายหนึ่งให้บริษัทที่รับประกันภัยทราบได้ หรือกรณีที่ไม่ได้เกิดจากการชนหรือคว่ำ เช่น จอดรถไว้ข้างถนนแล้วมาพบภายหลังว่ารถถูกชน กันชนท้ายและตัวรถเกิดความเสียหาย คิดเป็นมูลค่า 10,000 บาท กรณีนี้ ผู้เอาประกันภัยจะต้องร่วมรับผิดชอบในการจ่ายค่าเสียหาย 1,000 บาท ส่วนอีก 9,000 บาท บริษัทประกันภัยจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหายดังกล่าว

กรณีที่ผู้เอาประกันภัยต้องรับผิดชอบค่าเสียหายส่วนแรก คือ

- 1) เกิดการชนกับรถ (ทุกประเภท) และไม่สามารถแจ้งรายละเอียดของรถคู่กรณีได้ เช่น ทะเบียนรถ
- 2) เฉี่ยวกิ่งไม้ต้นไม้ หรือวัตถุใดๆ ที่ทำให้รถเกิดรอยครูด หรือรอยขีดข่วน
- 3) รถเกิดการไถลตกข้างทาง
- 4) ถูกขีดข่วน หรือ โคนกถันแก๊ส

5) โคนหิน หรือวัตถุอื่นๆ กระเด็นใส่ หรือตกใส่รถ ทำให้พื้นผิวสีของรถ

เสียหาย

6) ถูกสัตว์กัดแทะจนเกิดรอยขีดข่วน

7) ถูกละอองสีหรือปูน วัสดุอื่นๆ ตกใส่ โดยไม่ทราบผู้กระทำ

8) ตกหลุมและครูดไปกับพื้นถนน ทำให้เกิดความเสียหายต่อตัวรถ

9) ไม่สามารถแจ้งลักษณะการเกิดเหตุได้ชัดเจน

10) ไม่สามารถแจ้งวัน เวลา และสถานที่ ที่รถได้รับความเสียหายได้อย่าง

ชัดเจน

11) ถูกทุบกระชกรถ โดยไม่สามารถแจ้งคู่กรณีหรือผู้ที่กระทำได้

กรณีที่มีผู้เอาประกันไม่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายส่วนแรก คือ

1) ชนคน สุนัข และสัตว์อื่นๆ

2) ชนเสา ประตู่ รั้ว ต้นไม้ เสาไฟฟ้า กำแพง หรือวัตถุอื่นๆ จนทำให้ตัวรถและ

อุปกรณ์ต่างๆ บอบ แดง รัว อย่างชัดเจน

3) ชนราวสะพาน ขอบทาง ทางเท้า หรือกองดิน ทำให้รถมีรอยบุบยุบ

4) พลิกคว่ำ พลิกตะแคง ตกข้างทาง

5) ถูกโจรกรรม ลักทรัพย์อุปกรณ์ภายในรถ

6) ไฟไหม้ตัวรถและอุปกรณ์ภายในรถ

7) กระจกแตก รัว โดยสามารถแจ้งสาเหตุของการแตกร้าวนั้นได้

8) ภัยน้ำท่วม และลมพายุ

1.2 เงื่อนไขการกำหนดกรมธรรม์ตามลักษณะการใช้งานรถยนต์ของผู้บริโภค โดยมีข้อกำหนดคือ ต้องตรวจสอบสภาพรถและจดบันทึกเลขไมล์ โดยที่ผู้บริโภครถสามารถใช้งานรถยนต์ได้ไม่เกินกิโลเมตรต่อวัน หรือ เฉลี่ยการใช้งานแล้วไม่เกินกิโลเมตรต่อปี ขึ้นอยู่กับบริษัทประกันวินาศภัยจะกำหนดเช่น ประกันภัยตามไมล์

1.3 เงื่อนไขการกำหนดกรมธรรม์ตามลักษณะการกำหนดทุนประกันภัย โดยเป็นการประกันภัยที่ผู้บริโภครถสามารถเลือกจำนวนทุนประกันภัยได้ตามที่ต้องการโดยอัตราเบี้ยประกันภัยจะเปลี่ยนแปลงตามลักษณะทุนประกันภัยที่กำหนด ซึ่งรูปแบบกรมธรรม์แบบนี้ เช่น ประกันภัยตามใจ

2. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+

เป็นกรมธรรม์ประกันภัยที่คุ้มครองเฉพาะภัย โดยเพิ่มความคุ้มครองจากการประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 โดยให้ความคุ้มครอง

2.1 ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกายหรืออนามัยของบุคคลภายนอก

2.2 ความรับผิดชอบทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

2.3 ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์

2.4 ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์กรณีที่ชนกับยานพาหนะทางบก (ยานพาหนะทางบก หมายถึง รถที่เดินด้วยกำลังเครื่องยนต์ โดยใช้พลังงานเชื้อเพลิง เช่น น้ำมัน ก๊าซ หรือ กำลังไฟฟ้า และ รวมถึง รถไฟ รถพ่วง รถราง)

3. กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+

เป็นกรมธรรม์ประกันภัยที่คุ้มครองเฉพาะภัย โดยเพิ่มความคุ้มครองจากการประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 โดยให้ความคุ้มครอง

3.1 ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกายหรืออนามัยของบุคคลภายนอก

3.2 ความรับผิดชอบทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

3.3 ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์กรณีที่ชนกับยานพาหนะทางบก (ยานพาหนะทางบก หมายถึง รถที่เดินด้วยกำลังเครื่องยนต์ โดยใช้พลังงานเชื้อเพลิง เช่น น้ำมัน ก๊าซ หรือ กำลังไฟฟ้า และ รวมถึง รถไฟ รถพ่วง รถราง)

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ยุวพร พิงพิพัฒน์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร โดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง อายุ 20-30ปี สถานภาพโสด มากที่สุด เป็นพนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ใช้รถยนต์กระบะ และค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ต่อปีสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุด คือ 5,000 - 10,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันภัยภาคสมัครใจส่วนใหญ่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 โดยทำผ่านตัวแทนบริษัท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมาตรฐานความคุ้มครองที่ได้รับจากกรมธรรม์

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการออกใบบริการขณะลูกค้าประสบเหตุรวดเร็ว

ปัจจัยด้านบุคคลกร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
ในกรณีที่ท่านประสบปัญหา พนักงานของบริษัท สามารถแก้ไขปัญหาให้ท่านได้รวดเร็ว

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
สำนักงานมีการตกแต่งได้สวยงาม มีความโดดเด่น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
เบี้ยประกันภัยเหมาะสม

ปานิสรา บุญมาก(2554) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัยจำกัด
(มหาชน) โดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่างพบว่าผู้ถือกรมธรรม์ส่วน
ใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบ
อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 ขึ้นไปมีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า
ระหว่าง 5-10 ปี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของ
บริษัทไทยประกันภัยจำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
ได้รับจำนวนทุนประกันภัยที่เต็มวงเงินเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือการแข่งขันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยที่เป็นประโยชน์ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
คือรับเงินตรงตามใบเสร็จที่ออกให้ลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคลกร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทรถยนต์เป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมี
ห้องรับรองลูกค้าและห้องน้ำเพียงพอต่อการบริการลูกค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือสาขาและสำนักงานใหญ่มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมี
ส่วนลดอัตราค่าเบี้ยประกันภัยเมื่อชำระตรงกำหนด

สุกัญญา บุญชูวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกทำประกันภัย
รถยนต์ภาคสมัครใจ โดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างผลการวิจัย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุระหว่าง 28-37 ปี สถานภาพสมรสมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท มีการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 มากที่สุด เหตุผลในการซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเพื่อต้องการความคุ้มครองให้กับรถตนเองมากที่สุด การหาข้อมูลในการซื้อกรมธรรม์ประกันภัย จะหาข้อมูลจากตัวแทน และงบประมาณการซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจะอยู่ในช่วงของวงเงิน 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด ประเภทกรมธรรม์ที่นิยมซื้อมากที่สุดคือประเภท 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเงื่อนไขความคุ้มครองเข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา เชิญชวนให้ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์รถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระยะเวลาในการจ่ายสินไหมรวดเร็ว

ปัจจัยด้านบุคคลกร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการของพนักงานขายให้ข้อมูลชัดเจน อธิบายดี

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสำนักงานมีการตกแต่งเป็นสัดส่วน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความหลากหลายของช่องทางการจำหน่ายกรมธรรม์

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิตและสามารถผ่อนชำระได้ดอกเบี้ย 0%

บทที่ 3

ระเบียบการศึกษา

การศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ในครั้งนี้ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา ประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยกลุ่มประชากรดังกล่าวไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ เนื่องจากผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาครไม่มีการเก็บข้อมูลอย่างละเอียด

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ที่ไม่จำแนกกลุ่มย่อยในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Seymour Sudman (อ้างอิงใน กุณฑลี รื่นรมย์, 2551:187)

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กับผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล(ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาคร สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาคร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ของผู้บริโภคประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยผ่านทางธนาคารพาณิชย์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้การประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (กุลชาติ เวชสาร, 2553:122)

ระดับการมีผล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 – 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีผลในระดับน้อยที่สุด

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม – ธันวาคม 2557 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

1 เดือน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกมาเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.1-4.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.7-4.18

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.19-4.26

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.27-4.47

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.48

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการสำรวจจากผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัย/ทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และเคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	59	29.50
หญิง	141	70.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-29 ปี	88	44.00
30-39 ปี	61	30.50
40-49 ปี	39	19.50
50 ปีขึ้นไป	12	6.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.50 และอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	123	61.50
สมรส	71	35.50
หม้าย/หย่าร้าง	6	3.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 35.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	13	6.50
พนักงานบริษัท	108	54.00
เจ้าของกิจการ	11	5.50
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	61	30.50
อาชีพอิสระ	7	3.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.50 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.50 เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.50 และอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	26	13.00
15,001-30,000 บาท	101	50.50
30,001-45,000 บาท	36	18.00
45,001-60,000 บาท	16	8.00
มากกว่า 60,001 บาท	21	10.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.50 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	10.50
ปริญญาตรี	130	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	49	24.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.50 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อประกันภัยรถยนต์

เหตุผลในการซื้อประกันภัยรถยนต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดความกังวลใจในการใช้รถใช้ถนน	91	45.50
ลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สินภายในรถยนต์	119	59.50
ลดภาระค่าใช้จ่ายในกรณีเกิดอุบัติเหตุ	106	53.00
การได้รับความคุ้มครองนอกเหนือจากการทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ คือ ความคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกายของบุคคล ผู้ประสบภัยจากรถยนต์)	68	34.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจเนื่องจากลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สินภายในรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือ ลดภาระค่าใช้จ่ายในกรณีเกิดอุบัติเหตุ คิดเป็นร้อยละ 53.00 ลดความกังวลใจในการใช้รถใช้ถนน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และการได้รับความคุ้มครองนอกเหนือจากการทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ คือ ความคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกายของบุคคล ผู้ประสบภัยจากรถยนต์) คิดเป็นร้อยละ 34.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทความคุ้มครองที่ให้ความสำคัญ

ประเภทความคุ้มครองที่ให้ความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรับผิดชอบชีวิต ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ	144	72.00
ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	22	11.00
ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	31	15.50
ความรับผิดชอบต่อความสูญหายหรือไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	3	1.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุดใจประเภทความคุ้มครองด้านความรับผิดชอบชีวิต ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 15.50 ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก คิดเป็นร้อยละ 11.00 และความรับผิดชอบต่อความสูญหายหรือไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการขับขี่รถยนต์

ลักษณะการขับขี่รถยนต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขับช้าๆ ไม่เร่งรีบ	18	9.00
ขับความเร็วปานกลาง (80 Km/hr)	99	49.50
ขับค่อนข้างเร็ว (100 Km/hr)	68	34.00
ขับเร็ว เร่งรีบ ใจร้อน	13	6.50
ขับเร็วมาก	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการขับขี่รถยนต์แบบขับความเร็วปานกลาง (80 Km/hr) คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ ขับค่อนข้างเร็ว (100 Km/hr) คิดเป็นร้อยละ 34.00 ขับช้าๆ ไม่เร่งรีบ คิดเป็นร้อยละ 9.00 ขับเร็ว เร่งรีบ ใจร้อน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และขับเร็วมาก คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่ดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่ดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คัน	153	76.50
2 คัน	34	17.00
3 คัน	3	1.50
4 คัน	4	2.00
5 คัน	3	1.50
มากกว่า 5 คัน	3	1.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ รถยนต์ 2 คัน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รถยนต์ 4 คัน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และรถยนต์ 3 คัน รถยนต์ 5 คัน และรถยนต์มากกว่า 5 คัน คิดเป็นร้อยละ 1.50 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่อง
 ธนาคารพาณิชย์บริการด้านการขายประกันภัย

แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องธนาคารพาณิชย์ บริการด้านการขายประกันภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ	12	6.00
โทรทัศน์	71	35.50
แผ่นพับโฆษณา	47	23.50
ลูกค้าที่ใช้บริการแนะนำ	39	19.50
พนักงานธนาคารแนะนำ	112	56.00
รถยนต์โฆษณาเคลื่อนที่	2	1.00
สื่อออนไลน์	46	23.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารธนาคารพาณิชย์บริการ
 ด้านการขายประกันภัยจากพนักงานธนาคารแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ โทรทัศน์
 คิดเป็นร้อยละ 35.50 แผ่นพับโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 23.50 สื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.00 ลูกค้าที่
 ใช้บริการแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 19.50 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 6.00 และรถยนต์โฆษณาเคลื่อนที่ คิดเป็น
 ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

ธนาคารพาณิชย์ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ	15	7.50
ธนาคารไทยพาณิชย์	50	25.00
ธนาคารกรุงไทย	30	15.00
ธนาคารกสิกรไทย	63	31.50
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	23	11.50
ธนาคารทหารไทย	2	1.00
ธนาคารธนชาติ	54	27.00
ธนาคารเกียรตินาคิน	20	10.00
อื่นๆ	13	6.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน

ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้แก่ ธนาคารทีสโก้ 8 คน และธนาคารออมสิน 5 คน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ ธนาคารธนชาติ คิดเป็นร้อยละ 27.00 ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 15.00 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 11.50 ธนาคารเกียรตินาคิน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 7.50 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.50 และธนาคารทหารไทย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจที่เลือกซื้อ

ประเภทของประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจที่เลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1	164	82.00
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2	10	5.00
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3	4	2.00
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 4	1	0.50
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 5	1	0.50
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+	2	1.00
ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+	18	9.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจประเภท 1 คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+ คิดเป็นร้อยละ 9.00 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 คิดเป็นร้อยละ 5.00 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 คิดเป็นร้อยละ 2.00 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+ คิดเป็นร้อยละ 1.00 และประกันภัยรถยนต์ประเภท 4 และประกันภัยรถยนต์ประเภท 5 คิดเป็นร้อยละ 0.50 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของการชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

รูปแบบของการชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระเงินสด	149	74.50
หักผ่านบัญชีเงินฝาก	10	5.00
ตัดบัตรเครดิต	41	20.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจแบบชำระเงินสด คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ตัดบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 20.50 และหักผ่านบัญชีเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์

การประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	88	44.00
ไม่เคย	112	56.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ เคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ติดต่อเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์เป็นลำดับแรก

บุคคลที่ติดต่อเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เป็นลำดับแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานธนาคารที่ซื้อประกันภัย	21	10.50
เจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็น ตัวแทนขายประกันภัย	132	66.00
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	5	2.50
คนในครอบครัว	42	21.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามติดต่อเจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 21.00 พนักงานธนาคารที่ซื้อประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 10.50 และเจ้าหน้าที่ตำรวจ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่สะดวกที่สุดเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์

วิธีที่สะดวกที่สุดเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรแจ้งกับพนักงานธนาคารที่ซื้อประกันภัย	32	16.00
โทรแจ้งบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย	168	84.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าวิธีที่สะดวกที่สุดเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์คือ โทรแจ้งบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาคือ โทรแจ้งกับพนักงานธนาคารที่ซื้อประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยที่สะดวกที่สุด

วิธีการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยที่สะดวกที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดต่อบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง	146	73.00
ติดต่อบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง	54	27.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าวิธีการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยที่สะดวกที่สุดคือ ติดต่อบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ ติดต่อบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของธนาคารที่ขายประกันภัย	68 (34.00)	88 (44.00)	43 (21.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.12 (มาก)	7
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัย	68 (34.00)	100 (50.00)	31 (15.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.17 (มาก)	5
ประวัติในเรื่องของการ เรียกร้องค่าสินไหมทดแทน กรณีเกิดเหตุของบริษัท ประกันภัย	71 (35.50)	90 (45.00)	35 (17.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	4.13 (มาก)	6
ความมั่นใจทางฐานะการเงิน ของบริษัทประกันภัย	73 (36.50)	97 (48.50)	30 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21 (มาก)	4
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ ร่างกาย ของบุคคลภายนอก และผู้โดยสารภายในรถยนต์	89 (44.50)	79 (39.50)	31 (15.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.28 (มาก)	2
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	89 (44.50)	72 (36.00)	39 (19.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.25 (มาก)	3
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ความเสียหายของตัวรถยนต์ คันเอาประกันภัย	95 (47.50)	79 (39.50)	26 (13.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (มาก)	1

ตารางที่ 4.19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการรับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี	57 (28.50)	96 (48.00)	44 (22.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.03 (มาก)	9
การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร	66 (33.00)	93 (46.50)	36 (18.00)	4 (2.00)	1 (0.50)	4.10 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						4.18 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.34 เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.21 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย 4.17 ประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.13 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.12 การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.10 และเงื่อนไขอายุรถยนต์ในการรับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกัน

รถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	80 (40.00)	73 (36.50)	46 (23.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	1
สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต	71 (35.50)	88 (44.00)	40 (20.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.15 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และสามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก	73 (36.50)	92 (46.00)	29 (14.50)	6 (3.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	1
สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน	70 (35.00)	86 (43.00)	39 (19.50)	5 (2.50)	0 (0.00)	4.10 (มาก)	2
ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail	69 (34.50)	81 (40.50)	44 (22.00)	5 (2.50)	1 (0.50)	4.06 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.11 (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.16 สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.10 และความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ถึงการ ให้บริการขายผลิตภัณฑ์ ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของ ธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	57 (28.50)	93 (46.50)	48 (24.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	1
การโฆษณาส่งเสริม ภาพลักษณ์ของธนาคารที่ ขายประกันภัยรถยนต์ ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	58 (29.00)	86 (44.50)	49 (24.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.00 (มาก)	2
การโฆษณาส่งเสริม ภาพลักษณ์ของบริษัท ประกันภัยที่ธนาคารเป็น ตัวแทนขายประกันภัย รถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	50 (25.00)	103 (51.50)	44 (22.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.00 (มาก)	2
การโฆษณาถึงการ ให้บริการของบริษัท ประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อ ประกันภัยรถยนต์ภาค สมัครใจเกิดความเชื่อมั่น ในการให้บริการ	49 (24.50)	95 (47.50)	54 (27.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	3.95 (มาก)	4

ตารางที่ 4.22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์	48 (24.00)	90 (45.00)	54 (27.00)	6 (3.00)	2 (1.00)	3.88 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.95 และคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	60 (30.00)	94 (47.00)	41 (20.50)	4 (2.00)	1 (0.50)	4.04 (มาก)	1
พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	54 (27.00)	96 (48.00)	46 (23.00)	3 (1.50)	1 (0.50)	4.00 (มาก)	3
พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ	65 (32.50)	80 (40.00)	49 (24.50)	4 (2.00)	2 (1.00)	4.01 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.02 (มาก)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.04 พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.01 และพนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัยมี การออกกรมธรรม์ที่ รวดเร็วและถูกต้อง	64 (32.00)	100 (50.00)	34 (17.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.13 (มาก)	4
ความสะดวกรวดเร็วใน การติดต่อพนักงานของ บริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัย กรณีเกิดเหตุ	76 (38.00)	80 (40.00)	42 (21.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.15 (มาก)	2
บริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัยมี ขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่ รวดเร็ว	77 (38.50)	78 (39.00)	41 (20.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.14 (มาก)	3
การดำเนินการเรียกร้อยค่า สินไหมทดแทนเป็นไป ตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อน ซื้อประกันภัยรถยนต์	78 (39.00)	81 (40.50)	37 (18.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	1
มีการชดเชยค่าเสียหายและ บริการอื่นๆ ระหว่างรอ ดำเนินการเคลม เช่น มีรถ ให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม	76 (38.00)	76 (38.00)	39 (19.50)	6 (3.00)	3 (1.50)	4.08 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.13 (มาก)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.15 บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.14 บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับการมีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน	52 (26.00)	80 (40.00)	64 (32.00)	3 (1.50)	1 (0.50)	3.90 (มาก)	1
ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย	50 (25.00)	84 (42.00)	60 (30.00)	3 (1.50)	3 (1.50)	3.88 (มาก)	3
ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	54 (27.00)	81 (40.50)	56 (28.00)	6 (3.00)	3 (1.50)	3.89 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.88 (มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.90 ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 สรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	มาก	1
ด้านราคา	4.16	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.11	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	มาก	6
ด้านบุคลากร	4.02	มาก	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.13	มาก	3
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.88	มาก	7

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.11 ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.97 และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)
ประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์	4.07 (มาก)	4.37 (มาก)	4.28 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	4.22 (มาก)	4.40 (มาก)	4.34 (มาก)
เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการ รับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย 4.20 และความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.37 เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	4.08 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ลำดับแรกคือ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาได้แก่ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail	3.85 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.05 และความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.15 และสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	3.85 (มาก)	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	3.73 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	3.80 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์	3.64 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และการโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	3.78 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ	3.81 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาได้แก่ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และพนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.95 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ	3.98 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว	4.02 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)
การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์	3.98 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการ

จ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.98 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.22 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน	3.58 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)
ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	3.56 (มาก)	4.02 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.02 และธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัย	4.07 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)
ประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณี เกิดเหตุของบริษัทประกันภัย	3.93 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.21 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอก และผู้โดยสารภายในรถยนต์	4.18 (มาก)	4.39 (มาก)	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอา ประกันภัย	4.22 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)
เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการ รับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.03 (มาก)
การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.20 และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.39 และประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.31 และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)
สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต	4.02 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.28 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาได้แก่ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.14 และความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.16 และความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาได้แก่ ความ

สะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.04 และสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	20-29 ปี	30-39 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	(n = 88)	(n = 61)	(n = 51)	(n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรศัพท์ สื่อออนไลน์	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรศัพท์ สื่อออนไลน์	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรศัพท์ สื่อออนไลน์	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรศัพท์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น

โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และการโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และการโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.05 และพนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว	4.05 (มาก)	4.34 (มาก)	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)
การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์	4.12 (มาก)	4.28 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม	4.02 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทน

เป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาได้แก่ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาได้แก่ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.12 และการดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	อายุ			
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)
ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย	4.01 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.88 (มาก)
ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.85 และธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

อายุ 40 ปีขึ้นไป 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.71 และธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย	4.04 (มาก)	4.19 (มาก)	3.94 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)	4.06 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)
ประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย	3.81 (มาก)	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)
ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.41 (มาก)	4.21 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกายของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.28 (มาก)	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)

ตารางที่ 4.41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	4.04 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)
เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการรับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	4.03 (มาก)
การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาได้แก่ ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.08 และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการรับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.26 และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาได้แก่ ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.46 และความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)	4.32 (มาก)	4.16 (มาก)
สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ลำดับแรกคือ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาได้แก่ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท ลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.24 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/ บ้าน/แหล่งชุมชน	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมี หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail	3.81 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาได้แก่ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ E-Mail มีค่าเฉลี่ย 4.16 และติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งใน

รายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.96 และคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัทประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร

เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์

ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.12 และพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.03 และพนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย มีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคาร ขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)
บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย มีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.30 (มาก)	4.14 (มาก)
การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหม ทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อน ซื้อประกันภัยรถยนต์	3.96 (มาก)	4.25 (มาก)	3.94 (มาก)	4.30 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ ใช้เวลานำรถส่งซ่อม	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาได้แก่ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.04 ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขาย

ประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆระหว่างรอ
ดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ การดำเนินการ
เรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.25
รองลงมาได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขาย
ประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.17 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการ
จ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ความสะดวกรวดเร็ว
ในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มี
การชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มี
ค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาได้แก่ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว
และถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.11 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่
รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่
ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การดำเนินการเรียกร้อยค่า
สินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาได้แก่
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ
มีค่าเฉลี่ย 4.22 และบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและ
ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถ
ให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001- 30,000 บาท (n = 101)	30,001- 45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)	รวม (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการ ด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)
ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยใน การให้บริการประกันภัย	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์ สำนักงาน	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.88 และธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาได้แก่

ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาได้แก่ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.83 และธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท 3 ลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาได้แก่ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
ควรให้บริการอย่างรวดเร็ว ให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ชี้แจงเงื่อนไขการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	6
ควรมีบริการหลังการขาย เช่น การสอบถามการบริการหลังการซื้อประกันภัยรถยนต์	2
อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ของธนาคารพาณิชย์ควรต่ำกว่าบริษัทประกันภัย เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้	1
ควรประชาสัมพันธ์การซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ให้มากขึ้น	1

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำนวน 10 คน ดังนี้ ควรให้บริการอย่างรวดเร็ว ให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ชี้แจงเงื่อนไขการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ควรมีบริการหลังการขาย เช่น การสอบถามการบริการหลังการซื้อประกันภัยรถยนต์ มีจำนวนเท่ากับ ราคาเบี้ยประกันภัยรถยนต์ของธนาคารพาณิชย์ควรต่ำกว่าบริษัทประกันภัย เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้ มีจำนวนเท่ากับ ควรประชาสัมพันธ์การซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ให้มากขึ้น จำนวน 1 คนเท่านั้น ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจเนื่องจากต้องการลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สินภายในรถยนต์ ให้ความสำคัญต่อประเภทความคุ้มครองด้านความรับผิดชอบชีวิต ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ มีลักษณะการขับขี่รถยนต์แบบขับความเร็วปานกลาง (80 Km/hr) มีรถยนต์ที่ต้องดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจจำนวน 1 คัน ได้รับข้อมูลข่าวสารธนาคารพาณิชย์บริการด้านการขายประกันภัยจากพนักงานธนาคารแนะนำ ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านธนาคารกสิกรไทย ซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจประเภท 1 ชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจด้วยเงินสด ไม่เคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดต่อเจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย วิธีการแจ้งอุบัติเหตุที่สะดวกคือ โทรแจ้งบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย และวิธีการ

เรียกร้อยค่าสินค้าใหม่ทดแทนที่สะดวกคือ ติดต่อกับบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สามารถสรุปลำดับการมีผลและปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรกได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงลำดับการมีผลของส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย
ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	4.34
ด้านราคา	4.14	อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	4.16
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.13	การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินค้าใหม่ทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์	4.16
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.11	ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก	4.16
ด้านบุคลากร	4.02	พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.04
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์	4.02
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.88	ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน	3.90

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก คือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ 10 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ
1	เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย	4.34 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
2	เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกายของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์	4.28 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
3	เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก	4.25 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
4	ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย	4.21 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
5	ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย	4.17 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
6	อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	4.16 (มาก)	ราคา
	ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก	4.16 (มาก)	ช่องทางการจัดจำหน่าย
	การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์	4.16 (มาก)	กระบวนการให้บริการ
7	สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต	4.15 (มาก)	ราคา
	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ	4.15 (มาก)	กระบวนการให้บริการ
8	บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว	4.14 (มาก)	กระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทาง
 ธนาคารพาณิชย์ 10 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ
9	ประวัติในเรื่องของการเรียกร้องค่าสินไหม ทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย	4.13 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
	บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมี การออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.13 (มาก)	กระบวนการให้บริการ
10	ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขาย ประกันภัย	4.12 (มาก)	ผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาค
 สมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ลำดับแรกเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แสดง
 ว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคาร
 พณิชย์มากที่สุด ส่วนปัจจัยลำดับที่ 6-10 เป็นปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน
 กระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อ
 ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
 ตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล ภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัย
 รถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง
 อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลเป็นลำดับ
 แรก จำแนกตามเพศ แสดงผลดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านผลิตภัณฑ์	เงื่อนไขความรับผิดชอบความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.22)	เงื่อนไขความรับผิดชอบความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.40)
ด้านราคา	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ (4.08)	- สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชีหักผ่านบัตรเครดิต (4.21)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก (4.17)	- ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก (4.16)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (3.85)	- การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.12)
ด้านบุคลากร	- พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (3.83)	- พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (4.13)
ด้านกระบวนการให้บริการ	- บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว (4.02)	- การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ (4.24)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย (n = 59)	หญิง (n = 141)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย (3.75)	ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน (4.03)

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเป็นลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ ติดต่อสาขารธนาคารได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เป็นลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน

4.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลเป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ แสดงผลดังตารางที่ 5.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.4 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด บริการ	อายุ		
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านผลิตภัณฑ์	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ความเสียหายของตัว รถยนต์คันเอาประกันภัย (4.22)	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ความเสียหายของตัว รถยนต์คันเอาประกันภัย (4.52)	- ความมั่นใจทางฐานะ การเงินของบริษัท ประกันภัย - เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ความเสียหายของตัว รถยนต์คันเอาประกันภัย (4.35)
ด้านราคา	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัย รถยนต์ภาคสมัครใจ เหมาะสมกับความ คุ้มครองที่ได้รับ (4.03)	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัย รถยนต์ภาคสมัครใจ เหมาะสมกับความ คุ้มครองที่ได้รับ - สามารถชำระเงินค่าเบี้ย ประกันภัยรถยนต์ส่วน บุคคลภาคสมัครใจได้ หลายช่องทาง เช่น เงิน สด ตัดบัญชีหักผ่านบัตร เครดิต (4.28)	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัย รถยนต์ภาคสมัครใจ เหมาะสมกับความ คุ้มครองที่ได้รับ (4.24)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	- สถานที่ตั้งของธนาคาร อยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/ แหล่งชุมชน (4.16)	- ติดต่อสาขาธนาคารได้ สะดวก (4.28)	- ติดต่อสาขาธนาคารได้ สะดวก (4.06)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด บริการ	อายุ		
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.09)	- การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ - การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.03)	- การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (3.98)
ด้านบุคลากร	- พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (4.09)	- พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ (4.10)	- พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (3.94)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด บริการ	อายุ		
	20-29 ปี (n = 88)	30-39 ปี (n = 61)	40 ปีขึ้นไป (n = 51)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	- การดำเนินการเรียกรถ ค่าสินไหมทดแทน เป็นไปตามที่ธนาคารแจ้ง ไว้ก่อนซื้อประกันภัย รถยนต์ (4.12)	- บริษัทประกันภัยที่ ธนาคารขายประกันภัยมี ขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่ รวดเร็ว (4.34)	- มีการชดเชยค่าเสียหาย และบริการอื่นๆระหว่าง รอดำเนินการเคลม เช่น มี รถให้ใช้เวลานำรถส่ง ซ่อม (4.14)
ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	- ธนาคารมีอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัยใน การให้บริการประกันภัย - ธนาคารมีความเป็น ระเบียบเรียบร้อยภายใน ธนาคาร เช่น การจัดวาง อุปกรณ์สำนักงาน (4.01)	- ธนาคารมีความเป็น ระเบียบเรียบร้อยภายใน ธนาคาร เช่น การจัดวาง อุปกรณ์สำนักงาน (3.89)	- ธนาคารมีการจัดแบ่ง พื้นที่การให้บริการด้าน การประกันภัยรถยนต์ อย่างชัดเจน (3.80)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่

ได้รับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ และสามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีเป็นลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีเป็นลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปีเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย และธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน

4.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลเป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแสดงผลดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001-30,000 บาท (n = 101)	30,001-45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านผลิตภัณฑ์	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกายของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ - เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.23)	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.30)	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.33)	- เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย (4.57)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001-30,000 บาท (n = 101)	30,001-45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านราคา	- สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต (4.08)	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ (4.20)	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ (4.07)	- อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ (4.32)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน (4.04)	- ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก (4.20)	- ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก (4.19)	- สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน (4.24)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.08)	- การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.07)	- การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ - คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยผ่านธนาคารพาณิชย์ (3.97)	- การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (4.05)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 26)	15,001-30,000 บาท (n = 101)	30,001-45,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 45,001 บาท (n = 37)
	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)	ปัจจัยย่อยลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย)
ด้านบุคลากร	พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (4.19)	พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (4.01)	พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (4.06)	พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ (4.16)
ด้านกระบวนการให้บริการ	- บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง (4.08)	- การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ (4.25)	- ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ - มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม (4.14)	- บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว - การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ (4.30)
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	- ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย (3.96)	- ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน (3.93)	- ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน (3.92)	- ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย (3.95)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ พนักงาน

ธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ และมีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว และการดำเนินการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการประกันภัย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาทเป็นลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

1. ควรให้บริการอย่างรวดเร็วกว่า ให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ชี้แจงเงื่อนไขการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย

2. ควรมีบริการหลังการขาย เช่น การสอบถามการบริการหลังการซื้อประกันภัยรถยนต์
3. อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ของธนาคารพาณิชย์ควรต่ำกว่าบริษัทประกันภัยเพื่อให้เกิดการแข่งขันได้
4. ควรประชาสัมพันธ์การซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ให้มากขึ้นตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ สามารถอภิปรายผลการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือเงื่อนไขความรับผิดชอบความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูวพร พิงพัฒน์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า มาตรฐานความคุ้มครองที่ได้รับจากกรมธรรม์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับจำนวนทุนประกันภัยที่เต็มวงเงินประกันภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัลญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า เงื่อนไขความคุ้มครองเข้าใจง่ายมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59.50 ซื้อประกันภัยรถยนต์เพราะต้องการลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สินภายในรถยนต์ และผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 53.00 ต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายในกรณีเกิดอุบัติเหตุ ทำให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเงื่อนไขและมาตรฐานความคุ้มครองที่ได้รับจากการประกันภัยรถยนต์เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากเอกสารรายละเอียดเงื่อนไขความคุ้มครองจากบริษัทประกันภัยมักเข้าใจ

ยาก หากบริษัทประกันภัยจัดทำเอกสารที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายและมั่นใจว่าได้รับความคุ้มครองที่ตรงกับความต้องการ

2. ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูวพร พิงพัฒน์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า เบี้ยประกันภัยเหมาะสมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า มีส่วนลดอัตราค่าเบี้ยประกันเมื่อชำระตรงกำหนดมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัลญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า สามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิตและสามารถผ่อนชำระได้ดอกเบี้ย 0% มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากอัตราค่าเบี้ยประกันภัยแตกต่างกันตามประเภทของประกันภัยและเงื่อนไขความคุ้มครอง ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ต้องพิจารณาเงื่อนไขความคุ้มครองอย่างรอบคอบว่าเหมาะสมกับอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากบริษัทประกันภัยรถยนต์มีจำนวนมาก และมีวิธีการจูงใจให้ลูกค้าซื้อประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน ลูกค้าจึงมีโอกาสในการเลือกมากขึ้น ดังนั้นการให้ส่วนลดอัตราค่าเบี้ยประกันภัย การแบ่งชำระค่าเบี้ยประกันภัยผ่านบัตรเครดิต หรือการผ่อนชำระดอกเบี้ย 0% จึงเป็นปัจจัยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญนอกเหนือจากอัตราค่าเบี้ยประกันภัยด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ ติดต่อสาขาธนาคารได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูวพร พิงพัฒน์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวกมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัลญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ความหลากหลายของช่องทางการจำหน่ายกรมธรรม์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด

(มหาชน) พบว่า สาขาและสำนักงานใหญ่มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนลูกค้ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความสะดวกในการติดต่อสอบถามเพื่อซื้อประกันภัยรถยนต์ ดังนั้นความสะดวกในการติดต่อสอบถามที่สาขานาคาร การสอบถามทางโทรศัพท์ หรือช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย จึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาการซื้อประกันภัยจากบริษัทประกันภัยโดยตรง ซึ่งบริษัทประกันภัยไม่ได้มีสาขามากเหมือนสาขานาคาร ทำให้การติดต่อสอบถามหรือซื้อประกันภัยรถยนต์ไม่ได้รับความสะดวกเท่ากับการจำหน่ายประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคาร ผลการศึกษาจึงไม่สอดคล้องกัน

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคาร เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูพร พิงพัฒนา (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า สื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา เชิญชวนให้ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า การแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยที่เป็นประโยชน์ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบบริการขายประกันภัยรถยนต์ได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาการซื้อประกันภัยจากบริษัทประกันภัยโดยตรง ซึ่งบริษัทประกันภัยจะติดต่อกับผู้ซื้อประกันภัยเมื่อครบกำหนดประกันภัยปีละครั้ง ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ไม่ได้รับทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ที่ซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทประกันภัยจึง

ให้ความสำคัญกับการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยที่เป็นประโยชน์ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

5. ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัลญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า การให้บริการของพนักงานขายให้ข้อมูลชัดเจนอัปเดตมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทรถยนต์เป็นอย่างดีมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูพร พิงพัฒนา (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ในกรณีที่ประสบปัญหาพนักงานของบริษัทฯ สามารถแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็วมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญเรื่องความรู้ของพนักงานขายเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ และความสามารถในการอธิบายที่ชัดเจนเข้าใจง่าย สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ได้ง่ายขึ้น ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากผู้ซื้อประกันภัยให้ความสำคัญกรณีที่ประสบอุบัติเหตุจึงต้องการพนักงานเคลมของบริษัทประกันภัยที่มีความสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นความสามารถของพนักงานขายและพนักงานเคลมจึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์

6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัลญา บุญชูวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ระยะเวลาในการจ่ายสินไหมรวดเร็วมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูพร พิงพัฒนา (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การออกให้บริการขณะลูกค้าประสบเหตุรวดเร็วมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการ

ตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า รับเงินตรงตามใบเสร็จที่ออกให้ลูกค้ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากหลังจากประสบอุบัติเหตุผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ต้องการให้บริษัทประกันภัยดำเนินการจ่ายค่าสินไหมรวดเร็ว ตรงตามเงื่อนไขความคุ้มครองที่ได้ตกลงกันเมื่อซื้อประกันภัยรถยนต์ ส่วนผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ให้ความสำคัญต่อการให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุที่ต้องแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุและการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนอย่างรวดเร็ว ตรงตามเงื่อนไขความคุ้มครองของบริษัทประกันภัยรถยนต์จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์

7. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูวพร พิงพัฒน (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า สำนักงานตกแต่งได้สวยงาม มีความโดดเด่น ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า มีห้องรับรองลูกค้าและห้องน้ำเพียงพอต่อการบริการลูกค้ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น อาจเนื่องมาจากผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารไม่ได้ซื้อผ่านบริษัทประกันภัยโดยตรง ดังนั้นการแบ่งแยกบริการประกันภัยรถยนต์จากธุรกรรมอื่นๆ ของธนาคารจึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจเป็นลำดับแรก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล 10 ลำดับแรกนั้น ปัจจัยย่อยลำดับที่ 1-3 เป็นปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเงื่อนไขความคุ้มครองของประกันภัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ และเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

ส่วนลำดับที่ 4 และ 5 เป็นปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความมั่นใจทางฐานะการเงิน ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์จะตัดสินใจเลือกซื้อ ประกันภัยรถยนต์จากผู้ขายที่เสนอเงื่อนไขความคุ้มครองของประกันภัยรถยนต์ที่ดีกว่า และสนใจ เรื่องการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนน้อยกว่าเงื่อนไขความคุ้มครองอีกด้วย เนื่องจากการเรียกร้องค่า สินไหมทดแทนเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดต่อโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ บริษัทประกันภัย ดังนั้นการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนผ่านสาขาธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์จึงมี ความสำคัญน้อย

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล ภาคสมัครใจประเภท 1 เพราะต้องการลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สิน ภายในรถยนต์ และลดภาระค่าใช้จ่ายในกรณีเกิดอุบัติเหตุ ทั้งนี้ปัจจัยย่อยเรื่องเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อ ความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัยมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล ของ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามนี้มีกำลังซื้อสูง อาจใช้รถยนต์ที่มีมูลค่าสูงจึงให้ความสำคัญเรื่องเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัว รถยนต์อยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องช่องทางการ ชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ที่หลากหลาย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเรื่อง อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับมากกว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญเมื่อต้องการซื้อประกันภัยรถยนต์ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการช่องทางการซื้อประกันภัยรถยนต์ที่ติดต่อสะดวกซึ่งธนาคาร พาณิชย์มีความได้เปรียบในเรื่องการติดต่อซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านสาขาของธนาคารที่หาง่ายและ สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขาย ผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ยังน้อยเกินไป เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารธนาคาร พาณิชย์ให้บริการด้านการขายประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจจากพนักงาน ธนาคารแนะนำ

ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อประกันภัย รถยนต์ทั้งพนักงานธนาคารและพนักงานบริษัทประกัน กล่าวคือ พนักงานธนาคารที่ขายประกันภัย รถยนต์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขประกันภัยรถยนต์ มีความสามารถในการอธิบายที่ชัดเจนเข้าใจ ง่าย สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ส่วนพนักงานบริษัทประกันภัยต้องมีความสามารถแก้ไข

ปัญหาเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นความสามารถของพนักงานขายและพนักงานเคลมจึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญเมื่อเกิดอุบัติเหตุ กล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อบริษัทประกันภัย ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยขณะเกิดเหตุ และมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพภายในธนาคารส่วนใหญ่ได้รับการดูแล ตกแต่ง จัดแบ่งพื้นที่อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ตามมาตรฐานแต่ละธนาคาร แต่ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการแบ่งพื้นที่ให้บริการด้านการประกันภัยให้เห็นอย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกในการติดต่อสอบถาม

5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พนักงานธนาคารควรให้คำแนะนำและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขความคุ้มครองของประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจแต่ละประเภทแก่ลูกค้าอย่างละเอียดชัดเจน เช่น ความแตกต่างและเงื่อนไขความคุ้มครองของประกันประเภทต่างๆ การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 3 ลำดับแรกเป็นปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความคุ้มครองทั้งตัวรถยนต์ ชีวิต/ร่างกายของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์ ตลอดจนสินทรัพย์ของบุคคลภายนอก

นอกจากเงื่อนไขความคุ้มครองที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์แล้วปัจจัยเกี่ยวกับบริษัทประกันภัยเอง เช่น ความมั่นใจทางฐานะการเงิน ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์เช่นกัน เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลลำดับที่ 4 และ 5 จากปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรก ดังนั้นธนาคารควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ธนาคารเป็นตัวแทนจำหน่ายประกันภัย เช่น โฆษณาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัย สร้างความน่าเชื่อถือในด้านการให้บริการ การจ่ายค่าสินไหมทดแทน และฐานะทางการเงินที่มั่นคง หรือโฆษณาที่แสดงถึงขั้นตอนการให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุที่สะดวกรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ทางธนาคารเป็นตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากปัจจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับบริษัทประกันภัยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก และปัจจัยย่อยเรื่องความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัยมีผลเป็นลำดับแรกต่อกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป

ธนาคารพาณิชย์ควรเน้นการขายประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ซึ่งเป็นประกันภัยรถยนต์ที่ลูกค้าให้ความสนใจในเรื่องใจความคุ้มครองที่ได้รับ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 82.00 เลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลประเภท 1

ปัจจัยด้านราคา

ธนาคารพาณิชย์ควรกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจให้เหมาะสมกับวงเงินเอาประกันและความคุ้มครองที่ได้รับ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาเรื่องอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความคุ้มครองมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก

ทั้งนี้ทางธนาคารพาณิชย์ควรมีส่วนลดอัตราค่าเบี้ยประกันภัยให้กับลูกค้า เช่น การกำหนดส่วนลดอัตราค่าเบี้ยประกันภัยแบบขั้นบันได โดยลูกค้าเก่าที่ซื้อประกันภัยรถยนต์จะได้รับส่วนลดเพิ่มขึ้นเมื่อซื้อประกันภัยรถยนต์ต่อเนื่องกันตามจำนวนปีที่ทำประกันภัยกับธนาคาร หรือได้รับส่วนลดเมื่อมีการแนะนำเพื่อนให้มาซื้อประกันภัยรถยนต์กับธนาคาร เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์จำนวนมาก ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลาย หากเงื่อนไขความคุ้มครองที่ได้รับเหมือนกัน ตัวแทนที่มีการให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยได้มากกว่าหรือมีข้อเสนอที่ดีกว่า จะมีโอกาสในการขายมากกว่า ดังนั้นการให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์จะสามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะทำประกันภัยรถยนต์ ส่วนในกรณีลูกค้าเก่าที่มีประวัติดีไม่มีการเรียกร้องค่าสินไหมหากได้รับส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยจะทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีกับธนาคารได้ ไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำประกันภัยกับธนาคารหรือบริษัทประกันภัยอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องติดต่อสาขานาคารได้สะดวกมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีความได้เปรียบในเรื่องของจำนวนสาขาที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ลูกค้าสามารถติดต่อกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ได้อย่างสะดวก แต่สำหรับธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนสาขาไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่เป็นข้อเสียเปรียบ ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็กควรใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ซื้อสามารถทำการซื้อประกันภัยรถยนต์ได้ตลอดเวลา

ธนาคารพาณิชย์ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกในการติดต่อระหว่างธนาคารกับลูกค้า โดยเฉพาะเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการทำ

ประกันภัยรถยนต์ได้ตลอดเวลา สามารถโทรติดต่อได้ง่ายไม่เสียเวลา มีช่องทางการชำระค่าเบี้ยประกันที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ทางธนาคารควรมีแนวทางร่วมกับบริษัทประกันภัย โดยการเพิ่มช่องทางการติดต่อ-แจ้งเหตุ หรือเพิ่มศูนย์บริการของบริษัทประกันภัย เพื่อให้สอดคล้องไปกับการเพิ่มจำนวนสาขาของธนาคาร มีบริการ Call Center ติดต่อผ่านไปยังบริษัทประกันภัยเพื่อความสะดวกของลูกค้ากรณีที่ต้องการแจ้งอุบัติเหตุหรือเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าเมื่อซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางธนาคาร หากเกิดเหตุไม่คาดฝันจะมีศูนย์บริการของบริษัทประกันภัยรองรับ ได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 16.00 เห็นว่าการแจ้งอุบัติเหตุกับธนาคารที่ซื้อประกันภัยเป็นวิธีที่สะดวก และผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 27.00 เห็นว่าการติดต่อผ่านธนาคารที่ซื้อประกันภัยรถยนต์เพื่อเรียกร้องค่าสินไหมเป็นวิธีที่สะดวกเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ธนาคารพาณิชย์ควรมีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการขายประกันภัยรถยนต์ให้ลูกค้ารับทราบมากขึ้นผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบว์ชัวร์ และสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 56.00 รับทราบการขายประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์จากการแนะนำของพนักงานธนาคาร ซึ่งผลิตภัณฑ์ประกันภัยของธนาคารมีหลากหลาย ทำให้พนักงานธนาคารอาจไม่ได้แนะนำประกันภัยรถยนต์ให้กับลูกค้าทุกราย การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย จะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและสามารถจูงใจให้มาเป็นผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ของธนาคารในอนาคตได้ ทั้งนี้ควรมีการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้งของธนาคารและบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายควบคู่ไปกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการขายประกันภัยรถยนต์ของธนาคารให้ลูกค้ารับทราบด้วย โดยเน้นข่าวสารเรื่องการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว การโฆษณาการทำงานของ Call Center เมื่อได้รับแจ้งเหตุ หรือการโฆษณาเงื่อนไขพิเศษในการประกันภัยรถยนต์ การเพื่อสร้างการจดจำและความเชื่อมั่นในบริษัทประกันภัยให้กับลูกค้า เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยรถยนต์มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ส่วนการโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

สำหรับการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากนั้นถือว่ามียุทธศาสตร์อย่างมากในการสร้างความเป็นที่รู้จักและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นทางธนาคารควรรีให้ความสำคัญโดยการกระตุ้นให้ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์กับทางธนาคารเกิด

“การบอกต่อ” ด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเก่าที่แนะนำลูกค้าใหม่ 5-10% หรือการจัดทำบัตรสมาชิกหรือบัตรสะสมแต้มเพื่อเก็บสะสมแลกของรางวัล เพื่อให้ลูกค้าเก่าแนะนำลูกค้าใหม่มาซื้อประกันภัยรถยนต์กับทางธนาคาร เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายประกันภัยรถยนต์ผ่านธนาคารพาณิชย์ให้มากขึ้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

พนักงานธนาคารควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์เป็นอย่างดีสามารถนำเสนอข้อมูลให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจนในเรื่องการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภทต่างๆ เงื่อนไขความคุ้มครอง การจ่ายค่าสินไหมทดแทน รวมถึงบริการเพิ่มเติมที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อประกันภัย เนื่องจากผลการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องพนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องเข้าใจง่ายมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งการคัดเลือกพนักงานเพื่อมาทำหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้า ควรเป็นบุคคลที่มีใจรักในงานบริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความเคารพและให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และมีทักษะในการสื่อสารได้ดี พูดจาชัดเจนชัดคำ มีไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจากผลการศึกษพบว่า ปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท เป็นลำดับแรก อีกทั้งทางธนาคารควรมีการฝึกอบรมพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานให้สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความประทับใจ และพึงพอใจต่อการให้บริการของทางธนาคาร

ส่วนบริษัทประกันภัยรถยนต์นั้น พนักงานของบริษัทประกันภัยรถยนต์ควรให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ ตั้งแต่พนักงานรับแจ้งเหตุหรือ Call Center รับเรื่องและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว พนักงานเคลมเดินทางไปยังจุดเกิดเหตุเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตลอดจนพนักงานจ่ายค่าสินไหมต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการของพนักงานบริษัทประกันภัยมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าขณะเกิดเหตุมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทเป็นลำดับแรก)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พนักงานธนาคารควรแจ้งเงื่อนไขในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้ารับทราบอย่างชัดเจน เนื่องจากปัจจัยย่อยเรื่องการดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก

บริษัทประกันภัยรถยนต์ควรให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่การออกกรมธรรม์การให้บริการเมื่อมีการแจ้งอุบัติเหตุ จนถึงการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ควรมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก Call Center รับเรื่องและดำเนินการต่ออย่างรวดเร็ว ลดขั้นตอนการให้บริการที่ไม่จำเป็นและยุ่งยาก บริษัทประกันภัยรถยนต์ควรกำหนดขั้นตอนในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนให้รวดเร็ว โดยเฉพาะการจ่ายเงินชดเชยค่าสินไหมแก่ลูกค้า ควรอนุมัติจ่ายค่าสินไหมทดแทนด้วยระยะเวลาอันสั้นหลังจากที่ได้มีการตกลงค่าเสียหายกับผู้ซื้อประกันภัยหรือคู่กรณีเรียบร้อยแล้ว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทประกันภัย เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยเรื่องบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็วมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี

บริษัทประกันภัยรถยนต์ควรเน้นการให้บริการกรณีลูกค้าเกิดอุบัติเหตุให้ดีที่สุดเพื่อสร้างความประทับใจและให้เกิดการซื้อต่อเนื่อง โดยเน้นด้านความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการลูกค้าในที่เกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุให้เป็นมาตรฐาน เช่น กำหนดไว้ว่าเหตุเกิดในเขตพื้นที่ที่พนักงานเคลมจะเดินทางไปถึงภายในเวลาไม่เกินกี่นาที การรับประกันความแน่นอน เช่น พนักงานเคลมจะเดินทางไปถึงภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที และพนักงานควรเตรียมเอกสารต่างๆ ประกอบการเคลมให้พร้อมบริการลูกค้า เพื่อลดการเสียเวลาของลูกค้า เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการของบริษัทประกันภัยรถยนต์มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุมีผลเป็นลำดับแรกเท่ากับการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆ ระหว่างรอดำเนินการเคลมในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-45,000 บาท

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพภายในธนาคารส่วนใหญ่ได้รับการดูแล ตกแต่ง จัดแบ่งพื้นที่อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ตามมาตรฐานของธนาคาร แต่เพื่อความสะดวกของลูกค้าที่ต้องการซื้อประกันภัยรถยนต์ ทางธนาคารควรจัดพื้นที่ให้บริการขายประกันภัยให้เป็นสัดส่วน มีป้ายโฆษณา มีแผนพับ

เตรียมให้ลูกค้า มีพนักงานที่สามารถให้ข้อมูลด้านประกันภัยรถยนต์กับลูกค้าได้ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในธนาคารให้มากขึ้น จึงควรมีการดูแลให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ มีการนำอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยมาให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ควรมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และเก้าอี้นั่งเพื่อให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอ เนื่องจากการศึกษาพบว่า ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยมีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และมากกว่า 45,001 บาท ส่วนธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. 2556. สถิติ จำนวนประชากรและบ้าน. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th>.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อุรุยา. 2552. การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรธีรธร ธีรขวัญโรจน์. 2556. การตลาดบริการ Service Marketing. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ส.เอเชียเพรส (1989).
- ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร. 2542 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์นั่ง
ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย
- ปานิสรา บุญมาก 2554 ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทยประกันภัยจำกัด (มหาชน)
การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ยุวพร พิงพิพัฒน์. 2551 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย , 2556:ออนไลน์
- ศูนย์สารสนเทศสำนักงานอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม,2556."ข้อมูลโรงงาน"[ระบบ
ออนไลน์].แหล่งที่มา:<http://userdb.diw.go.th/results1.asp>.(สืบค้นวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ.
2557).
- สุกัลญา บุญชูวงศ์ วงศ์สุวรรณ.2556 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกทำประกันภัย
รถยนต์ภาคสมัครใจ การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยรามคำแหง จ.
สงขลา
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนประชากร การเกิด และการตาย ทั่วราชอาณาจักร ปี พ.ศ.2555 - 2556
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://service.nos.go.th>.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย รายงานการรับประกันภัย
ตามจังหวัด [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา www.oic.or.th

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย.2553.ข้อมูลสถิติประกันภัย

หมวดการประกันวินาศภัย [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา www.oic.or.th

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย บทความเกี่ยวกับประกัน

ทั่วไป[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา www://insurancethailknowledge.blogspot.com 24

เมษายน 2556



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล (ไม่เกิน 7 คน) ภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระด้วยตนเอง ของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาครคำตอบของท่านถือว่ามีคุณค่าอย่างยิ่ง ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามฉบับนี้มีจำนวน 8 หน้า ประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์ ของผู้บริโภคประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์

ท่านพักอาศัย/ทำงาน อยู่ในจังหวัดสมุทรสาครหรือไม่

ใช่ ไม่ใช่ (จบการสอบถาม)

ที่ผ่านมาท่านเคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านธนาคารพาณิชย์หรือไม่

เคย ไม่เคย (จบการสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือก โปรดเขียนข้อความลงในช่องอื่น ๆ

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 20-29 ปี

2.2 30-39 ปี

2.3 40-49 ปี

2.4 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หม้าย/หย่าร้าง

4. อาชีพ

4.1 นักศึกษา

4.2 พนักงานบริษัท

4.3 เจ้าของกิจการ

4.4 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

4.5 เกษตรกร

4.6 อาชีพอิสระ

4.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 ไม่เกิน 15,000 บาท

5.2 15,001-30,000 บาท

5.3 30,001-45,000 บาท

5.4 45,001-60,000 บาท

5.5 มากกว่า 60,001 บาท

6. ระดับการศึกษา

6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

6.2 ปริญญาตรี

6.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

7. เหตุใดท่านจึงซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 7.1 ลดความกังวลใจในการใช้รถใช้ถนน
- 7.2 ลดความกังวลใจต่อความเสียหายของรถยนต์และทรัพย์สินภายในรถยนต์
- 7.3 ลดภาระค่าใช้จ่ายในกรณีเกิดอุบัติเหตุ
- 7.4 การได้รับความคุ้มครองนอกเหนือจากการทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ

(ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับคือ ความคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกาย ของบุคคล ผู้ประสบภัยจากรถยนต์)

- 7.5 อื่น ๆ.....

8. ประเภทความคุ้มครองด้านใดที่ท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

- 8.1 ความรับผิดชอบชีวิต ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ
- 8.2 ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- 8.3 ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย
- 8.4 ความรับผิดชอบต่อความสูญหายหรือไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

9. ท่านมีลักษณะการขับขี่รถยนต์แบบใด

- 9.1 ขับช้าๆ ไม่เร่งรีบ
- 9.2 ขับความเร็วปานกลาง (80 Km/hr)
- 9.3 ขับค่อนข้างเร็ว (100 Km/hr)
- 9.4 ขับเร็ว เร่งรีบ ใจร้อน
- 9.5 ขับเร็วมาก

10. ท่านมีรถยนต์ส่วนบุคคลกี่คัน ที่ท่านดูแลเรื่องการทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

- 10.1 1 คัน
- 10.2 2 คัน
- 10.3 3 คัน
- 10.4 4 คัน
- 10.5 5 คัน
- 10.6 มากกว่า 5 คัน

11. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารที่ธนาคารพาณิชย์บริการด้านการขายประกันภัยจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 11.1 วิทยุ
- 11.2 โทรทัศน์
- 11.3 แผ่นพับโฆษณา
- 11.4 ลูกค้าที่ใช้บริการแนะนำ
- 11.5 พนักงานธนาคารแนะนำ
- 11.6 รถยนต์โฆษณาเคลื่อนที่
- 11.7 สื่อออนไลน์

12. ส่วนใหญ่ท่านซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านธนาคารพาณิชย์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 12.1 ธนาคารกรุงเทพ 12.2 ธนาคารไทยพาณิชย์ 12.3 ธนาคารกรุงไทย
12.4 ธนาคารกสิกรไทย 12.5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 12.6 ธนาคารทหารไทย
12.7 ธนาคารชนชาติ 12.8 ธนาคารเกียรตินาคิน 12.9 อื่น ๆ.....

13. ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจประเภทใด

- 13.1 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 13.2 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2
13.3 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 13.4 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 4
13.5 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 5 13.6 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+
13.7 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+

14. การชำระเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจแบบใดที่ท่านสะดวกที่สุด

- 14.1 ชำระเงินสด 14.2 หักบัญชีเงินฝาก 14.3 ตัดบัตรเครดิต

15. ท่านเคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์หรือไม่

- 15.1 เคย 15.2 ไม่เคย

16. หากท่านเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ท่านจะติดต่อใครเป็นลำดับแรก

- 16.1 พนักงานธนาคารที่ท่านซื้อประกันภัย
16.2 เจ้าหน้าที่บริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย
16.3 เจ้าหน้าที่ตำรวจ
16.4 คนในครอบครัว
16.5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. ในกรณีท่านเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือได้รับความเสียหายต่อตัวรถยนต์วิธีใดที่ท่านเห็นว่าสะดวกที่สุด

- 17.1 โทรแจ้งกับพนักงานธนาคารที่ท่านซื้อประกันภัย
17.2 โทรแจ้งบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย
17.3 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยวิบัติ ที่ท่านเห็นว่าสะดวกที่สุด

18.1 ติดต่อกับพนักงานธนาคารที่ท่านซื้อประกันภัยรถยนต์

18.2 ติดต่อกับบริษัทประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัยโดยตรง

18.3 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ของผู้บริโภคประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย					
2. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัย					
3. ประวัติในเรื่องของการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุของบริษัทประกันภัย					
4. ความมั่นใจทางฐานะการเงินของบริษัทประกันภัย					
5. เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อชีวิต/ร่างกาย ของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารภายในรถยนต์					
6. เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก					
7. เงื่อนไขความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย					
8. เงื่อนไขอายุรถยนต์ในการรับประกันภัย เช่น บริษัท A รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 5 ปี บริษัท B รับประกันรถยนต์ประเภท 1 อายุรถไม่เกิน 7 ปี					

ปัจจัย	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนสามารถทำผ่านสาขาที่ขายประกันทุกสาขาของธนาคาร					
10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านราคา					
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ					
2. สามารถชำระเงินค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด ตัดบัญชี หักผ่านบัตรเครดิต					
3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ติดต่อสาขานาคารได้สะดวก					
2. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน/บ้าน/แหล่งชุมชน					
3. ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารมีหลายช่องทางเช่น โทรศัพท์ E-Mail					
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจของธนาคารเช่น แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์					
2. การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของธนาคารที่ขายประกันภัยรถยนต์ผ่านสื่อเช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์					

ปัจจัย	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด(ต่อ)					
3. การโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท ประกันภัยที่ธนาคารเป็นตัวแทนขายประกันภัย รถยนต์ผ่านสื่อเช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์					
4. การโฆษณาถึงการให้บริการของบริษัท ประกันภัยที่ทำให้ผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาค สมัครใจเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ					
5. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ ผ่านธนาคารพาณิชย์					
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านบุคลากร					
1. พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษา อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
2. พนักงานธนาคารมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ					
3. พนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขาย ประกันภัยมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของ ลูกค้าขณะเกิดเหตุ					
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
1. บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีการ ออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วและถูกต้อง					

ปัจจัย	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานของบริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยกรณีเกิดเหตุ					
3. บริษัทประกันภัยที่ธนาคารขายประกันภัยมีขั้นตอนการจ่ายสินไหมที่รวดเร็ว					
4. การดำเนินการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามที่ธนาคารแจ้งไว้ก่อนซื้อประกันภัยรถยนต์					
5. มีการชดเชยค่าเสียหายและบริการอื่นๆระหว่างรอดำเนินการเคลม เช่น มีรถให้ใช้เวลานำรถส่งซ่อม					
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ					
1. ธนาคารมีการจัดแบ่งพื้นที่การให้บริการด้านการประกันภัยรถยนต์อย่างชัดเจน					
2. ธนาคารมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย					
3. ธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในธนาคาร เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน					
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจผ่านช่องทางธนาคารพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

*****ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม*****

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ -นามสกุล นางสาวสุทธาทิพย์ คำพาที
- วัน เดือน ปี เกิด 4 เมษายน 2530
- ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์บัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ประวัติการทำงาน ปี 2554 – ปัจจุบัน ธนาคารกสิกรไทย
ทีมบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเครือข่ายการบริการและการขาย 74



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
© by Chiang Mai University
rights reserved