

๑
๖๕๘.๘๓๔
๗ ๑๖๔๓

3

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์
บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

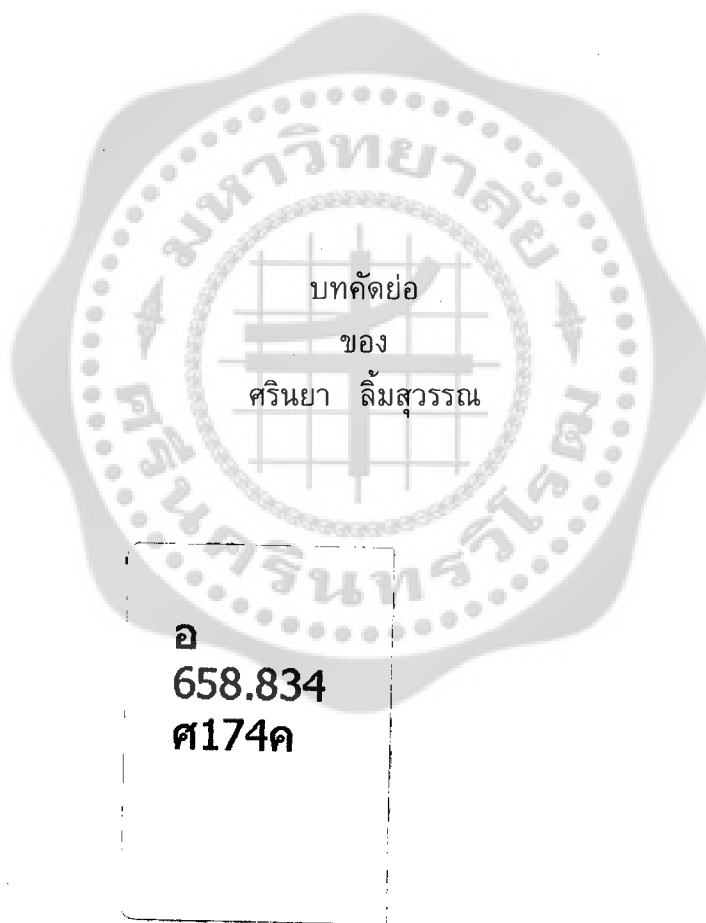


เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม ๒๕๕๒
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๕ ๓๕๕ ๐๐๐

21 ส.ค. 2552

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์
บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2552

ศรินยา ลิ้มสุวรรณ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ กศ.ม.
(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด.

การวิจัยครั้งนี้ ความมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่
ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคาร
สถานที่ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม
ตารางของ ศิริชัย กาญจนวาสีและคณะ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2549 : 67) ที่ระดับความเชื่อมั่น
90% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 240 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ชนิด 5 ระดับ สถิติ
ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่
(t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way Analysis of Variance)
ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD
(Least - Significant Different)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์บริษัท
ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์
และด้านอาคารสถานที่ ผลปรากฏว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการ
ให้บริการ และด้านพนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านประชาสัมพันธ์และด้าน
อาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์
โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์
โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน
การให้บริการ และด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้าน
ประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอาคารสถานที่แตกต่าง
กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD THE SERVICING OF
MOTOR CLAIM SECTION AT THE MAIN OFFICE OF
SRIMUANG INSURANCE COMPANY LIMITED



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

May 2009

Sarinya Limsuwan. (2009). *Customers' Satisfaction Toward the Servicing of Motor Claim Section at the Main Office of Srimuang Insurance Company Limited*. Master's Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Lamson Lertkulprayad.

The purposes of this research were study and compare customers' satisfaction toward the servicing of motor claim section at the main office of Srimuang Insurance Company Limited in 4 aspects : service aspect, staff aspect, public relations aspect, and building condition aspect which classified by sex, age, career, and income per month.

The samples were 240 the customers of motor claim section at the main office of Srimuang Insurance Company Limited which used by Purposive sampling and follow schedule by Sririchai Karnjanawasee and his groups with the reliability of 90% inconsistent of $\pm 10\%$. The instruments used for data collection were five-rating scale questionnaires. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, t-test, One Way Analysis of Variance, and LSD test (Least – Significant Different) in case of having some different.

The result were as follows :

1. Customers' satisfaction toward the servicing of motor claim section at the main office of Srimuang Insurance Company Limited in general were at the high level. When considered each aspect, was found that service aspect and staff aspect were at the high level as for public relations aspect, and building condition aspect were at the medium level.
2. The customers with different sex did not have different satisfaction toward the servicing both in general and in individual areas.
3. The customers with different age had different satisfaction toward the servicing in general at .01 level. When compared the satisfaction in individual areas by sex, service aspect and staff aspect were statistical significant difference at .01 level as for public relations aspect was statistical significant difference at .05 level but building condition aspect was not statistical significant difference.
4. The customers with different career had different satisfaction toward the servicing in general at .01 level. When compared the satisfaction in individual areas by career, service aspect and staff aspect were statistical significant difference at .01 level

but public relation aspect and building condition aspect were not statistical significant difference.

5. The customers with different income per month had different satisfaction toward the servicing in general at .01 level. When compared the satisfaction in individual areas by income per month, service aspect was statistical significant difference at .01 level as for staff aspect and building condition aspect were statistical significant difference at .05 level but public relations aspect was not statistical significant difference.



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์
บริษัทประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ของ ศรีนยา ลีมสุวรรณ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร. ลำสัน เลิศกุลประหยัด)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์สิมูจากร ชูทรัพย์)

คณะกรรมการสอบ

.....
(อาจารย์ ดร. ลำสัน เลิศกุลประหยัด)

ประธาน

.....
(อาจารย์สิมูจากร ชูทรัพย์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ ..๕๕..... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความช่วยเหลือและความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร. ลำสัน เลิศกุลประหยัด อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิมไทย ผู้ช่วยศาสตราจารย์เริงลักษณ์ โรจนพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยและให้ข้อเสนอตรวจแก้ไขเครื่องมือ ทำให้การวิจัยครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์สิมฐากร ชูทรัพย์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการสอบปากเปล่า และได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทำให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การอบรม สั่งสอน และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยด้วยความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการฝ่ายธุรการและทรัพยากรบุคคล บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด พนักงานและเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ดี

ขอขอบพระคุณลูกค้าที่มาติดต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาของผู้วิจัย ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจอย่างยิ่งตลอดมา จนทำให้งานวิจัยลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทีแก่บิดามารดา คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านของผู้วิจัยที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าเสมอมา

ศรินยา ลิมสุวรรณ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมุติฐานของการวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ประวัติความเป็นมาของ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด	7
ความเป็นมาของบริษัท	7
บริการประกันภัย	8
การประกันภัยรถยนต์.....	10
ความหมายของการประกันภัยรถยนต์	10
ประเภทของการประกันภัย.....	11
บริการสินไหมทดแทน.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	16
ความหมายของความพึงพอใจ.....	16
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	19
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	21
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	21
ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ	22
องค์ประกอบของความความพึงพอใจในการบริการ	23
ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ.....	24
ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	26
แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ	27
ความหมายของการบริการ.....	27
ความสำคัญของการบริการ.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
ลักษณะการบริการ.....	28
องค์ประกอบของการบริการ	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
งานวิจัยในประเทศ.....	29
งานวิจัยต่างประเทศ.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	35
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	37
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	63
ความมุ่งหมายของการวิจัย	63
ความสำคัญของการวิจัย.....	63
ขอบเขตของการวิจัย	63
สมมติฐานของการวิจัย	64
วิธีดำเนินการวิจัย.....	64
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	65
สรุปผลการวิจัย	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
อภิปรายผล	70
ข้อเสนอแนะ	74
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้	74
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	75
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก	83
ภาคผนวก ข	89
ภาคผนวก ค	91
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	96

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน.....	42
2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน	43
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ โดยรวมและรายข้อ.....	44
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานโดยรวมและรายข้อ.....	45
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ.....	46
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ.....	47
7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและ รายด้าน จำแนกตามเพศ.....	48
8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนก สินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	49
9 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ.....	50

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ.....	51
11 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ	52
12 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ.....	53
13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนก สินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	54
14 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ	55
15 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	56
16 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ	57
17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนก สินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	58
18 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	59

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	60
20 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	61
21 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านอาคารสถานที่ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	62



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงลักษณะความต้องการชั้นต่าง ๆ ของมาสโลว์	20
2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในบริการ	24



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจประกันภัยถือเป็นธุรกิจทางการเงินประเภทหนึ่ง เนื่องจากเป็นแหล่งรวมทุนแหล่งใหญ่และยังเป็นหลักประกันของนักลงทุนในการที่จะลงทุนประกอบการในธุรกิจนี้ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงอยู่ของประชาชนและต่อเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินการธุรกิจประกันภัย ทั้งยังส่งเสริมและควบคุมดูแลเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศ และเกิดความมั่นคงต่อประชาชนผู้ใช้บริการประกันภัย เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจทางการเงินประเภทหนึ่ง ประเทศต่าง ๆ จึงกำหนดให้กระทรวงการคลังเป็นผู้ดูแลยกกำกับควบคุมให้ผู้ประกอบการประกันภัยดำเนินการอย่างมั่นคง และเป็นประโยชน์ต่อสังคมจริง ๆ

ธุรกิจการประกันภัย เป็นที่สนใจของนักลงทุนทางการเงินทั้งภายในประเทศและจากนักลงทุนต่างประเทศที่จะมาลงทุนในธุรกิจนี้ในประเทศไทย ทำให้มีบริษัทประกันภัยเกิดขึ้นจำนวนมากในประเทศไทย แต่ด้วยศักยภาพของเงินทุนและการบริหารของนักลงทุนแต่ละแห่งไม่เท่ากัน ทำให้บางบริษัทก็เจริญเติบโตขยายสาขาออกไปมากมายทั่วประเทศ บางบริษัทก็พออยู่ได้ บางบริษัทก็ไม่อาจดำเนินการต่อไปได้ต้องปิดกิจการไปก็มี

บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด เป็นธุรกิจประกันภัยที่มีการแข่งขันสูงมาก การรักษาฐานลูกค้าเก่า และสร้างฐานลูกค้าใหม่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจประกันภัย และยิ่งกว่านั้น การนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในบริการของธุรกิจประกันภัยเป็นอีกหนทางหนึ่งที่ธุรกิจประกันภัยจะสามารถรักษา และสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดเอาไว้ได้ อีกทั้งในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจประกันภัยมีมากขึ้น และโดยส่วนใหญ่องค์กรธุรกิจประกันภัยจะนิยมใช้กลยุทธ์การบริหารที่มุ่งเน้นในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ และรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ เพราะธุรกิจประกันภัยเป็นการบริการธุรกิจประกันภัยเป็นการขยายอนาคต ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจประกันภัยจะต้องกำหนด และคิดค้นหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ ในการทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในบริการของธุรกิจประกันภัย และเพื่อสร้างความแข็งแกร่ง ความมั่นคงต่อสินทรัพย์ของตนเองธุรกิจในการต่อสู้กับคู่แข่ง เพื่อผลกำไรในธุรกิจให้มีเพิ่มมากขึ้น แต่เดิมที่จะเน้นเฉพาะการประกันวินาศภัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่รถยนต์ ปัจจุบันบริษัทก็ได้เปลี่ยนแปลงนโยบายมารับประกันภัยรถยนต์มากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เพื่อขยายฐานะของบริษัทให้เป็นบริษัทระดับ 1 ใน 5 ชั้นแนวหน้าในธุรกิจประกันภัยของประเทศไทย ธุรกิจประกันภัยเป็นธุรกิจประเภทบริการ ดังนั้นหัวใจของธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับฐานะการเงินและการบริการที่ตรงใจลูกค้ามากที่สุด บริษัทใดที่สามารถบริการให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด ตรงใจมากที่สุด ก็จะสามารถใช้เป็นจุดขายเพิ่มลูกค้าขยายตลาดได้มาก โดยเฉพาะธุรกิจที่มีผู้แข่งขันที่มารายด้วยกัน เช่น บริษัทรับทำประกันภัยรถยนต์เป็น

หลัก ปัญหาจึงอยู่ที่ใครจะครองใจลูกค้าได้มากกว่ากัน นั่นคือบริษัทใดที่มีความมั่นคงและบริการเป็นเลิศ ก็จะเป็นผู้นำในธุรกิจประกันภัยได้

ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางให้ผู้จัดการและพนักงาน ได้เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเป็นแนวทางให้ผู้จัดการสาขาและพนักงานอื่น ๆ ตลอดจนผู้บริหารของบริษัท สำนักงานสาขาใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจ สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าตลอดจน สามารถแข่งขันกับบริษัทประกันภัยอื่น ๆ ได้

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและสังคม

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และ ด้านอาคารสถานที่
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ในด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ในเดือน มกราคม จำนวน 2,000 คน (รายงานการประชุมคณะกรรมการ ประจำเดือน มกราคม. 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ ศิริชัย กาญจนวาสีและคณะ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2549 : 67) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 240 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ สถานภาพของลูกค้า ได้แก่

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 18 – 24 ปี

1.2.2 25 – 35 ปี

1.2.3 36 – 50 ปี

1.2.4 50 ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ

1.3.1 นิสิต/นักศึกษา

1.3.2 รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

1.3.3 ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร

1.4 รายได้ต่อเดือน

1.4.1 ต่ำกว่า 10,001 บาท

1.4.2 10,001 – 20,000 บาท

1.4.3 20,001 – 30,000 บาท

1.4.4 มากกว่า 30,000 บาท

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่

- 2.1 ด้านการให้บริการ
- 2.2 ด้านพนักงาน
- 2.3 ด้านประชาสัมพันธ์
- 2.4 ด้านอาคารสถานที่

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ หมายถึง การแสดงความรู้สึกประทับใจ ชอบใจ ความนึกคิด และความเชื่อถือ เชื่อมั่นของผู้มาติดต่อของแผนกสินไหมรณยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ใน 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับแผนกสินไหมรณยนต์ การตั้งเบิกค่าซ่อมรถ ค่ารักษาพยาบาล และสินไหมทดแทนค่าเสียหาย ขั้นตอนในการดำเนินการ การติดตามเอาใจใส่งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จำนวนพนักงานที่จัดไว้บริการลูกค้า การให้บริการตามคิวแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน เวลาเปิดและปิดทำการของบริษัท การแจ้งระยะเวลาดำเนินการให้ลูกค้าทราบ ความถูกต้อง ความปลอดภัย ความรวดเร็ว ความเหมาะสมและความชัดเจนตลอดจนความถูกต้องเพียงพอต่อความต้องการไม่มีปัญหาติดขัดทั้งในเรื่องขั้นตอนอุปกรณ์ มีคำแนะนำและการตอบปัญหาที่ชัดเจน

1.2 ด้านพนักงาน หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับบุคลิภาพของพนักงาน การแต่งกาย การใช้น้ำเสียง กิริยามารยาท การมีอัธยาศัยดี ความกระตือรือร้น ความเอาใจใส่ดูแล ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตอบข้อซักถาม การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า และการให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน

1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแผนกสินไหมรณยนต์ มีการเผยแพร่ข่าวสาร การแจ้งข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ ป้ายผ้าบอร์ดข่าวสารของบริษัทอย่างเหมาะสมเพียงพอ การได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ การบริการตอบข้อสงสัย และตอบปัญหาของลูกค้า โดยผ่านพนักงานโดยตรงและทางโทรศัพท์ โดยมุ่งตอบสนองความต้องการ หรือความคาดหวังของลูกค้า เพื่อช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ

1.4 ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของสำนักงานมีความเหมาะสม อาคารสถานที่ที่มีความน่าเชื่อถือ มีความปลอดภัย มีความสะอาดเรียบร้อย มีความกว้างขวาง มีการจัดตกแต่งในที่ที่เหมาะสม มี

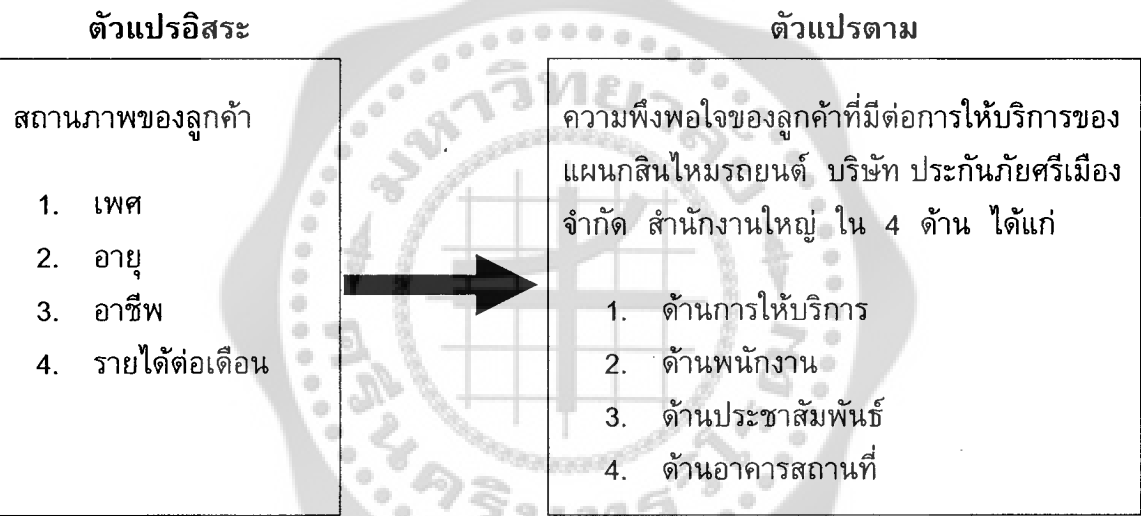
บรรยากาศที่ดี การจัดที่นั่งสำหรับรอรับบริการมีอย่างเพียงพอ มีป้ายบอกจุดให้บริการอย่างชัดเจน การตกแต่งทั้งภายนอกและภายในอาคารสถานที่ติดต่อ การติดตั้งป้ายและประกาศต่าง ๆ

2. ค่าสินไหมทดแทน หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าสามารถเรียกเก็บได้จาก บริษัท ประกันภัยภายหลังจากเกิดอุบัติเหตุ ภายใต้งบเงื่อนไขและความคุ้มครองที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

3. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาติดต่อใช้บริการในแผนกสินไหมรถยนต์ กับบริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด
2. การประกันภัยรถยนต์
 - 2.1 ความหมายของการประกันภัยรถยนต์
 - 2.2 ประเภทของการประกันภัย
 - 2.3 บริการสินไหมทดแทน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 3.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - 4.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - 4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ
 - 4.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
 - 4.4 ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ
 - 5.1 ความหมายของการบริการ
 - 5.2 ความสำคัญของการบริการ
 - 5.3 ลักษณะการบริการ
 - 5.4 องค์ประกอบของการบริการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ประวัติความเป็นมาของ บริษัทประกันภัยศรีเมือง จำกัด

ความเป็นมาของบริษัท

ประกันภัยศรีเมือง (2551: Online) บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2489 ภายใต้ชื่อ บริษัท ฮั่วเซียง จำกัด และได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2495 ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ เลขที่ 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 40, ชั้น 44 ถนนสาทรใต้ แขวงยวนนาว่า เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 เบอร์โทร 0-2686 8888, 0-2686 8889, โทรสาร : 0-2686 8601-2 เว็บไซต์ <http://www.srimuang.co.th> E-mail : info@srimuang.co.th

โดยบริษัทฯ ได้เริ่มให้บริการรับประกันอัคคีภัย และ ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง และต่อมาในปี พ.ศ. 2496 บริษัทฯ ก็ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการรับประกันภัยรถยนต์ และใบอนุญาตประกอบกิจการรับประกันภัยเบ็ดเตล็ดในปี พ.ศ. 2518 ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการดำเนินงานและขยายฐานบริการให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ในปี พ.ศ. 2514 ประกันภัยศรีเมือง จึงได้เข้าร่วมทุนกับ บริษัท โตเกียว มารีน แอนด์ นิชิโด ไฟร์ อินชัวร์นส์ จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทประกันวินาศภัยที่ใหญ่และเก่าแก่ ที่สุดของประเทศญี่ปุ่น ในปี 2545 ได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรของ โตเกียว มารีน นิชิโดและบริษัทในเครือทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การขยายธุรกิจในทุกภูมิภาคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับภูมิภาค เอเชียได้มีการก่อตั้ง บริษัท มิลเลีย เอเชีย จำกัด (Millea Asia Pte. Ltd.) ขึ้น ณ ประเทศสิงคโปร์ เพื่อเป็นสำนักงานใหญ่ในภูมิภาคนี้ และมีบทบาทในการส่งเสริม และกำกับดูแลการบริหารงานของ บริษัทในเครือมิลเลีย ในภูมิภาคเอเชีย การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรในครั้งนี้ส่งผลให้การบริหารงานของบริษัทในเครือ ซึ่งรวมถึง บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด มีประสิทธิภาพและมาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น ด้วยความช่วยเหลือและสนับสนุน และการบริหารงานแบบมืออาชีพจากทีมงานของ กลุ่มบริษัท โตเกียว มารีน นิชิโด รวมทั้งการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดจากมิลเลีย เอเชีย ในด้านความมั่นคงของฐานะการเงิน โตเกียว มารีน แอนด์นิชิโด จัดได้ว่าเป็นบริษัทที่มี ความมั่นคงทางการเงินมากที่สุดบริษัทหนึ่ง และได้รับการจัดอันดับจากสถาบันการเงินระหว่างประเทศหลายแห่งให้อยู่ในระดับความน่าเชื่อถือสูงสุด เช่น AA- จาก Standard & Poor's, AA จาก Moody's และ AAA จาก JCR สิ้นสุดวันที่ 23 เมษายน 2549

บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด มีความมุ่งมั่นที่จะอุทิศตนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างประโยชน์ โดยการมอบความมั่นคงและหลักประกันภัยให้แก่สังคมไทย ผ่านการให้บริการรับประกันภัย พนักงานของ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง ทุกคนพร้อมเสมอ ที่จะมอบบริการที่ดีที่สุดเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าทุกท่าน

บริการประกันภัย

ประกันภัยศรีเมือง (2551: Online) บริษัทพร้อมที่จะให้บริการด้านการประกันภัยทุกประเภทสำหรับ ผู้เอาประกันภัยทั้งในส่วนของบริษัท พหุชนกรรม และการประกันภัย ส่วนบุคคล บริษัทได้ตระหนักถึงความต้องการด้านการประกันภัยที่แตกต่างกันของแต่ละประเภทธุรกิจ เราจึงมีประเภทการประกันภัยที่หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้เอาประกันภัย ด้วยเหตุนี้ทำให้บริษัท เชื่อมั่นว่า สามารถให้บริการด้านการประกันภัยที่เหมาะสมกับความ ต้องการของแต่ละประเภทธุรกิจ รวมถึงความต้องการของแต่ละบุคคล การบริการประกันภัย มีดังนี้

1. การประกันอัคคีภัย ให้ความคุ้มครองตัวอาคาร เฟอร์นิเจอร์ เครื่องจักร รวมถึงสต็อกสินค้าซึ่งระบุเป็นทรัพย์สินที่เอาประกันภัย และได้รับความเสียหาย เนื่องจากไฟไหม้ ฟ้าผ่าและการระเบิดของแก๊สหุงต้มที่ใช้ในการ อุปโภคบริโภค นอกจากนี้ กรมธรรม์สามารถขยายความคุ้มครองถึงภัยพิเศษต่างๆ ดังนี้ เป็นต้น

2. การประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (สำหรับธุรกิจ เชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรม) ให้ความคุ้มครองแก่ทรัพย์สินที่สูญเสีย หรือเสียหายทางกายภาพ ที่เกิดจากอุบัติเหตุใดๆ ที่มีได้ระบุไว้ในข้อยกเว้น การประกันภัยประเภท นี้ให้ความคุ้มครองกว้างกว่าที่ระบุไว้ในการประกันภัย อัคคีภัย อันได้แก่ โจรกรรม ความเสียหายแก่กระจก อาคาร การสูญเสียชีวิตในสถานที่เอาประกันภัย ความเสียหายจากเครื่องพรมน้ำดับเพลิงรั่ว เป็นต้น

3. การประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก เนื่องจากในบางครั้งความสูญเสียหรือเสียหายภายใต้การประกัน อัคคีภัยและความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน ส่งผลกระทบบำทำให้ธุรกิจต้องหยุดชะงักเนื่องจากสูญเสียรายได้หรือผลิตหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้เป็นปกติ

4. การประกันภัยทางทะเลและขนส่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1 การประกันภัยการขนส่งสินค้า ให้ความคุ้มครองความสูญเสียหรือความเสียหายของ สินค้าระหว่างการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางเรือ และทางอากาศ รวมทั้งการขนส่งภายในประเทศและต่างประเทศ

4.2 การประกันภัยตัวเรือ ให้ความคุ้มครองความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น กับตัวเรือ เครื่องจักรของเรือ และวัสดุอื่นๆ ของเรือ

5. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด การประกันภัยเบ็ดเตล็ดรวมการประกันภัยประเภทต่างๆ ตามที่ ระบุข้างล่างนี้ ที่นอกเหนือจากการประกันภัยรถยนต์ อัคคีภัยและการประกันภัยขนส่งทางทะเลหรือในประเทศ

6. การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล คุ้มครองการสูญเสียชีวิต อวัยวะ ตลอดจนทุพพลภาพถาวร และค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งในประเทศและทั่วโลก

7. การประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทาง คุ่มครองการสูญเสียชีวิต อวัยวะ และค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง ระหว่างการเดินทางเพื่อธุรกิจ หรือพักผ่อน ในประเทศและทั่วโลก

8. การประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก คุ่มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อความบาดเจ็บ เสียชีวิต หรือการสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สิน ของบุคคลภายนอก โดยอุบัติเหตุ รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งผู้เรียกร้องจะเรียกร้องเป็นค่าชดเชยค่าเสียหาย จากท่าน อันเนื่องมาจากความประมาทเลินเล่อหรือการละเมิดจากการประกอบธุรกิจของท่าน

9. การประกันภัยสำหรับผู้เล่นกอล์ฟ คุ่มครองการบาดเจ็บ หรือการเสียชีวิตของท่าน ขณะเล่นกอล์ฟ รวมถึง ความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคล ภายนอก รวมถึงการสูญเสียหรือเสียหายของอุปกรณ์การเล่นกอล์ฟ เช่น ไม้กอล์ฟ ถุงกอล์ฟ และรางวัลพิเศษ สำหรับการตี "โฮล-อิน-วัน"

10. การประกันภัยเงินค่าทดแทนแรงงาน คุ่มครองความบาดเจ็บ หรือเสียชีวิตหรือเจ็บป่วย อันเนื่องมาจากการทำงานของลูกจ้างของท่าน ตามประกาศค่าชดเชยแรงงานของกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม

11. การประกันภัยความซื่อสัตย์ของพนักงาน คุ่มครองความสูญเสียโดยตรงด้านการเงิน ซึ่งรวมถึงเงินสด และตราสารต่างๆ ตลอดจนทรัพย์สิน ที่เกิดจากการกระทำทุจริตหรือไม่ซื่อสัตย์โดยพนักงานของท่าน

12. การประกันภัยงานก่อสร้างและงานติดตั้งตามสัญญา คุ่มครองความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย โดยอุบัติเหตุภายในสถานที่ก่อสร้าง หรือติดตั้งตามสัญญา การประกันภัยนี้ได้ให้ขยายความคุ้มครองถึงความรับผิดตามกฎหมายของ ผู้รับเหมาหลัก ผู้รับเหมาย่อยหรือเจ้าของโครงการต่อบุคคลภายนอก อันเนื่องจากอุบัติเหตุจากงาน ก่อสร้างหรืองานติดตั้ง

13. การประกันภัยเครื่องจักร คุ่มครองความสูญเสียหรือเสียหายต่อเครื่องจักร โดยอุบัติเหตุ ดังนี้ ขณะเครื่องจักรกำลังทำงาน หรือหยุดพัก และขณะเครื่องจักรถูกรื้อถอน ช่อมแซม หรือตรวจสอบ

14. การประกันภัยหม้อน้ำ คุ่มครองความสูญเสียหรือเสียหายต่อหม้อน้ำ หรือถึงอัตราความดันโดยอุบัติเหตุ (นอกเหนือจากอัคคีภัย) รวมถึงความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก อันเกิดจากการระเบิดหรือยุบแฟบ

15. การประกันภัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (การประกันภัยเครื่องคอมพิวเตอร์) คุ่มครองความสูญเสียหรือเสียหายต่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ที่ใช้จัดเก็บข้อมูล รวมถึงค่าใช้จ่าย ที่เพิ่มขึ้นในการทำงานเนื่องจากความเสียหายที่เกิดขึ้น โดยอุบัติเหตุ

16. การประกันภัยการโจรกรรม คຸ້ມครองการສູງຫາຍຂອງທຣັພິສິນທີ່ເອາປະກັນັຍຊຶ່ງເກີດຈາກການລັກທຣັພິທີ່ໃຊ້ກຳລັງຮຸນແຮງໃນການເຂົ້າອອກ ໃນສະຖານທີ່ເອາປະກັນັຍ ການຊຶ່ງທຣັພິ ແລະ ການປ່ຽນທຣັພິ

17. การประกันภัยเงิน คຸ້ມครองการສູງຫາຍຂອງເງິນຢາຍໃນສະຖານທີ່ເອາປະກັນັຍ ແລະ ຮ່ວມການຂົນສົ່ງ ການປະກັນັຍນີ້ ສາມາດຂາຍຄວາມຄຸ້ມครองຕໍ່ຄວາມເສື່າຍທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບຕູ້ເຊຟ ຫຼື ຫ້ອງນິກັຍ

18. การประกันสรรพภัยบ้านอยู่อาศัย คຸ້ມครองความສູງເສື່າຍຫຼືຄວາມເສື່າຍຂອງຕົວບ້ານ ຮ່ວມທັງທຣັພິສິນທີ່ຢູ່ຢາຍໃນບ້ານຈາກອຸບັດຕິຍານານປາກ ແລະ ຄຸ້ມครองບຸກຄລຢາຍນອກຫຼືທຣັພິສິນຂອງບຸກຄລຢາຍນອກ

นอกเหนือจากการให้บริการรับประกันภัยเพื่อเป็นหลักประกันสำหรับ ธุรกิจและความอุ่นใจของลูกค้าแล้ว บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ยังให้บริการเสริมเพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่ลูกค้าของเรายิ่งขึ้น

1. การบริการด้านการสำรวจภัย บริษัทมีหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสำรวจภัยทรัพย์สิน โดย หน่วยงานนี้ได้รับการสนับสนุนบริการทางด้านวิศวกรรมจาก Millea Asia Pte.Ltd., ประเทศสิงคโปร์ หลังจากที่ได้ทำการประเมินความเสี่ยงภัยแล้ว บริษัทยังมีบริการแนะนำการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นด้วย โดย สามารถจัดทำได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. บริการให้คำแนะนำการป้องกันความเสียหายสำหรับความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับการขนส่ง อีกหนึ่งบริการเสริมของบริษัทฯ คือ การบริการให้คำแนะนำการป้องกัน ความเสียหายสำหรับความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับการขนส่ง โดยเราได้นำเสนอ บริการดังกล่าวต่อผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำในประเทศที่ได้ทำการส่งออกสินค้า และได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างมาก

การประกันภัยรถยนต์

ความหมายของการประกันภัยรถยนต์

ประกันภัยศรีเมือง (2551: Online) การประกันภัยรถยนต์ หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งซึ่งในที่ เรียกว่า “ผู้เอาประกัน” ได้ให้โอกาสความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับการใช้รถยนต์ไปให้บุคคลอีกบุคคลหนึ่งซึ่ง เรียกว่า “ผู้รับประกันภัย” รับผิดชอบแทนโดยผู้เอาประกันภัยจะต้องจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้กับผู้รับประกันภัยเป็นการตอบแทนในการที่ผู้รับประกันภัยยอมเสี่ยงภัยนั้น ซึ่งเงินจำนวนนี้ เรียกว่า “เบี้ยประกันภัย” เมื่อผู้รับประกันภัยยอมเสี่ยงภัยแทนผู้เอาประกันภัยแล้ว หากรถยนต์คันที่เอาประกันภัยไว้ได้เกิดอุบัติเหตุ ทำให้เกิดความเสียหายแก่ตัวรถยนต์หรือแก่ชีวิตร่างกายและทรัพย์สินของบุคคลทั้งภายนอกและที่โดยสารอยู่ในรถยนต์คันนั้น ผู้เอาประกันภัยจะได้รับการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้น เรียกว่า “ค่าสินไหมทดแทน” โดยผู้รับประกันภัยจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้เท่ากับจำนวนความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่เกิน

จำนวนเงินที่ได้ตกลงทำสัญญาไว้ ซึ่งเงินจำนวนเงินที่ตกลงทำสัญญาไว้ เรียกว่า “จำนวนเงินเอาประกันภัย”

ประเภทของการประกันภัย

การประกันภัยรถยนต์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การประกันภัยรถภาคบังคับ (Compulsory Motor Insurance)
2. การประกันภัยรถภาคสมัครใจ (Voluntary Motor Insurance)

การประกันภัยรถภาคบังคับ (Compulsory Motor Insurance)

ความหมายการประกันภัยรถภาคบังคับ

หมายถึงการประกันภัยรถประเภทที่กฎหมายให้เจ้าของรถซึ่งใช้หรือมีรถไว้เพื่อใช้ ต้องจัดให้มีการประกันความเสียหายสำหรับผู้ประสบภัยโดยประกันภัยกับบริษัทตามกฎหมายว่าด้วยการประกันวินาศภัยที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการประเภทการประกันภัยรถ

วัตถุประสงค์แห่งกฎหมาย

1. เพื่อคุ้มครองและให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้ประสบภัยจากรถ ซึ่งได้รับอันตรายความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย ให้ความรับการชดใช้ค่าเสียหายและค่าเสียหายเบื้องต้นอย่างทันทีทันใดและแน่นอน จึงต้องตราพระราชบัญญัติ นี้ขึ้นมาบังคับ
2. เพื่อให้พระราชบัญญัตินี้เป็นหลักประกันว่าผู้ประสบภัยจากรถ จะได้รับการชดใช้ค่าเสียหายและค่าเสียหายเบื้องต้นอย่างแน่นอนและทันทีทันใด และเป็นหลักประกันได้ว่าสถานพยาบาลทุกแห่งจะได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลอย่างแน่นอนและรวดเร็วในการรับรักษาพยาบาลแต่ผู้ประสบภัยจากรถดังกล่าว
3. เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจประกันภัย ให้มีส่วนร่วมในการแบ่งเบาค่าเสียหายของผู้ประกันภัยอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากรถ ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยบรรเทาภาระความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยและครอบครัวแล้ว ยังเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในด้านสวัสดิการสงเคราะห์อีกด้วย

ผู้ที่ต้องทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ

1. เจ้าของรถ (ผู้มีกรรมสิทธิ์ในรถ)
2. ผู้เช่าซื้อรถ (ผู้ครอบครองรถในฐานะผู้เช่าซื้อรถ)
3. เจ้าของรถซึ่งนำรถที่จดทะเบียนในต่างประเทศเข้ามาใช้ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว

ชั่วคราว

การฝ่าฝืนไม่จัดให้มีการทำประกันภัยรถ พ.ร.บ. คุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 กำหนดให้ระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

ความคุ้มครองของการทำประกันภัยรถภาคบังคับ

ผู้ประสบภัยจะได้รับความคุ้มครองในความเสียหายที่เกิดขึ้น ใน 2 ลักษณะด้วยกันคือ ค่าเสียหายเบื้องต้น และค่าเสียหายส่วนเกินเบื้องต้น

1. ค่าเสียหายเบื้องต้น เป็นค่ารักษาพยาบาลกรณีบาดเจ็บและเป็นค่าปลงศพในกรณีเสียชีวิต โดยไม่ต้องรอพิสูจน์ความผิด บริษัทจะชดใช้ให้แก่ผู้ประสบภัย/ทายาทของผู้ประสบภัย ภายใน 7 วัน นับแต่บริษัทได้รับคำร้องขอ โดยมีจำนวนเงินดังนี้

1.1 กรณีการบาดเจ็บ จะได้รับการชดใช้เป็นค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 50,000 บาท

1.2 กรณีการเสียชีวิต จะได้รับการชดใช้เป็นค่าปลงศพ และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการจัดการศพ จำนวน 35,000 บาท

1.3 กรณีเสียชีวิตภายหลังการรักษาพยาบาล จะได้รับการชดใช้เป็นค่ารักษาพยาบาลตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาทและค่าปลงศพ จำนวน 35,000 บาท รวมแล้วจะได้รับค่าเสียหายเบื้องต้นไม่เกิน 50,000 บาท

2. ค่าเสียหายส่วนเกินเบื้องต้น เป็นค่าเสียหายที่บริษัทจะชดใช้ให้ภายหลังจากการพิสูจน์ความรับผิดชอบตามกฎหมายแล้ว โดยบริษัทที่รับประกันภัยรถที่เป็นฝ่ายผิดต้องรับผิดชอบชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ประสบภัย/ทายาทผู้ประสบภัยเมื่อรวมกับค่าเสียหายเบื้องต้นที่ผู้ประสบภัย/ทายาทได้รับแล้ว เป็นดังนี้

2.1 กรณีการบาดเจ็บ เป็นค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลรวมกับค่าสินไหมทดแทน ไม่เกิน 50,000 บาท

2.2 กรณีเสียชีวิต หรือสูญเสียชีวิต หรือทุพพลภาพ ไม่ว่าจะมีการรักษาพยาบาลหรือไม่ ถ้ามีค่ารักษาพยาบาลก่อน เสียชีวิตหรือสูญเสียชีวิต หรือทุพพลภาพ ให้นำมารวมด้วย และรวมแล้วเท่ากับ 100,000 บาท

การประกันภัยรถภาคสมัครใจ (Voluntary Motor Insurance)

ความหมายของการประกันภัยรถภาคสมัครใจ

เป็นการประกันภัยรถที่กฎหมายไม่ได้บังคับ ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้เอาประกันภัยที่เห็นถึงความเสี่ยงภัยแห่งตนและมีความคิดที่จะกระจายความเสี่ยงภัยออกไปยังบุคคลอื่นคือการประกันภัยไว้กับบริษัทผู้รับประกันภัย ซึ่งผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองตามประเภทที่ผู้เอาประกันภัยประสงค์ โดยบริษัทประกันภัยจะออกกรมธรรม์ประกันภัยให้ไว้เป็นหลักฐาน โดยมีความคุ้มครอง เงื่อนไข และข้อยกเว้นตามแบบที่นายทะเบียนให้ความเห็นชอบ

ประเภทของการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การประกันภัยประเภทไม่ระบุชื่อผู้ขับขี่ การประกันภัยรถยนต์ประเภทนี้ เป็นการประกันภัยที่เข้ามาแต่ดั้งเดิมในประเทศไทยซึ่งใน การประกันภัยประเภทนี้จะคุ้มครองความรับผิด

และความเสียหายต่อรถยนต์ที่เกิดในระหว่างการใช้หรือการขับขี่ของบุคคลใด ๆ ก็ตาม ที่ใช้หรือขับขี่โดยได้รับความยินยอมจากผู้เอาประกันภัย ทั้งนี้ภายใต้หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และข้อยกเว้น ที่ปรากฏในกรมธรรม์ประกันภัย

2. การประกันภัยประเภทระบุชื่อผู้ขับขี่ การประกันภัยรถยนต์ประเภทนี้ เป็นการประกันภัยที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ในประเทศไทย โดยหลักการที่สำคัญสำหรับการประกันภัยประเภทนี้ คือ จะคุ้มครองความรับผิด หรือความเสียหายต่อรถยนต์ที่เกิดขึ้น ในขณะที่มีบุคคลที่ระบุชื่อในกรมธรรม์เป็นผู้ขับขี่ ในการทำประกันภัยรถยนต์ประเภทระบุชื่อผู้ขับขี่นั้น ผู้เอาประกันภัยสามารถระบุชื่อผู้ขับขี่ที่ได้รับการคุ้มครองได้ถึง 2 คน แต่จะระบุคนเดียวก็ได้สำหรับรถยนต์ที่ผู้เอาประกันภัยจะนำมาทำประกันภัยประเภทระบุชื่อผู้ขับขี่ได้นั้นจะต้องเป็นรถยนต์ที่ใช้เป็นส่วนบุคคลเท่านั้น รถยนต์ที่ใช้รับจ้างสาธารณะหรือใช้เพื่อการพาณิชย์ หรือใช้เพื่อการพาณิชย์พิเศษ ไม่สามารถทำประกันภัยประเภทดังกล่าวได้ ดังนั้นรถยนต์ที่จะสามารถทำประกันภัยประเภทระบุชื่อผู้ขับขี่ได้ จึงจำกัดไว้เพียง 3 ประเภทเท่านั้น คือ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์โดยสารส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล

ความคุ้มครองของการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ไม่ว่าจะเป็นแบบระบุชื่อ หรือไม่ระบุชื่อ จะแบ่งลักษณะการคุ้มครองออกเป็น 5 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การประกันภัยประเภท 1 (Comprehensive) บริษัทจะจ่ายค่าสินไหมทดแทน ดังนี้

1.1 คุ้มครองความรับผิดต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอกรวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันเอาประกันภัยด้วย ในส่วนความคุ้มครองนี้ บริษัทผู้รับประกันภัยจะเข้ามารับผิดชอบชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่บุคคลภายนอก หากว่าความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย ที่เกิดขึ้นแก่บุคคลภายนอกนั้น ผู้เอาประกันภัยเป็นฝ่ายที่จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย บุคคลภายนอกนี้รวมถึงทั้งบุคคลภายนอกที่อยู่บนรถยนต์คันเอาประกันภัย และบุคคลภายนอกที่โดยสารอยู่ในหรือกำลังขึ้น หรือกำลังลงจากรถยนต์คันเอาประกันภัยด้วย

1.2 คุ้มครองความรับผิดต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก บริษัทผู้รับประกันภัยจะรับผิดชอบชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกตามความเสียหายที่แท้จริง แต่ไม่เกินจำนวนเงินเอาประกันภัย

1.3 คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ของผู้เอาประกันภัย ความคุ้มครองความเสียหายต่อรถยนต์นี้ จะคุ้มครองความเสียหายต่อรถยนต์ไม่ว่าจะเกิดจากภัยใดๆ ที่ไม่ได้มีการยกเว้นไว้ในเงื่อนไข จะได้รับการคุ้มครอง เช่นการชน การจลาจล หรือภัยอื่นใดก็ตาม ก็จะได้รับ ความคุ้มครองในส่วนนี้ (เว้นแต่ความเสียหายที่เกิดไฟไหม้) โดยบริษัทจะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างระยะเวลาประกันภัยต่อรถยนต์ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องตกแต่ง หรือสิ่งที่ติดประจำอยู่กับตัวรถยนต์ ตามความเสียหายที่เป็นจริง แต่ไม่เกิน จำนวนเงินเอาประกันภัย

1.4 ค้ำครองความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์ของผู้เอาประกันภัย ความสูญหายในที่นี้จะรวมถึงความสูญหายทั้งคัน สูญหายแต่บางส่วน และไม่ว่าจะสูญหายจากลักทรัพย์ของลูกจ้าง หรือบุคคลใดเป็นผู้ลักทรัพย์ก็ตาม ก็จะได้รับความคุ้มครองในส่วนนี้ทั้งสิ้น สำหรับการชดเชยค่าสินไหมทดแทน บริษัทจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนเมื่อรถยนต์ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของรถยนต์ รวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งหรือสิ่งติดประจำอยู่กับตัวรถยนต์เกิดไฟไหม้หรือสูญหายไป ความคุ้มครองในส่วนนี้นอกจากจะคุ้มครองการสูญหายแล้ว ยังคุ้มครองรวมไปถึงความเสียหายของรถยนต์ที่เกิดจากไฟไหม้ด้วย โดยไฟไหม้ในที่นี้หมายถึง ความเสียหายต่อรถยนต์ที่เป็นผลมาจากไฟไหม้ ไม่ว่าจะเป็นการไหม้โดยตัวของมันเอง หรือเป็นการไหม้ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุอื่นใดก็ตาม

2. การประกันภัยประเภท 2 คุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย และทรัพย์สินของบุคคลภายนอก และความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์ของผู้เอาประกันภัย ตามข้อ 1.1, 1.2, และ 1.4, ข้างต้นเท่านั้น

3. การประกันภัยประเภท 3 คุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย และทรัพย์สิน ของบุคคลภายนอก ตามข้อ 1.1 และ 1.2 ข้างต้นเท่านั้น

4. การประกันภัยประเภท 4 คุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย ทรัพย์สินบุคคลภายนอก ตามข้อ 1.1 และ 1.2 ข้างต้นข้อแตกต่างจากการประกันภัยประเภท 3 ก็คือ จะคุ้มครองความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยไว้สูงสุดเพียง 100,000 บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง

5. การประกันภัยประเภท 5 คุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกายหรืออนามัย และทรัพย์สินของบุคคลภายนอกตามข้อ 1.1 และ 1.2 ข้างต้น เหมือนกับการประกันภัยประเภท 3 แต่จะเพิ่มการคุ้มครองความเสียหายต่อรถยนต์ที่เอาประกันภัยไว้อันเกิดจากการชนเท่านั้น หรือจะคุ้มครองเพิ่มเติมอีกจากภัยความสูญหายหรือไฟไหม้ต่อรถยนต์ที่เอาประกันภัยก็ได้ แล้วแต่ผู้เอาประกันภัยจะเลือกทำประกันภัยเพิ่มเติม

การประกันภัยทั้ง 5 ประเภทข้างต้น นอกจากจะเป็นความคุ้มครองหลัก ยังมีความคุ้มครองเพิ่มเติมตามเอกสารแนบท้าย ซึ่งผู้เอาประกันภัยอาจเลือกซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมได้อีกดังนี้

1. การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล
2. การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล
3. การประกันตัวผู้ขับขี่

ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นการกล่าวโดยภาพรวมของการประกันภัยรถยนต์ ว่าผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกการทำประกันภัยได้อย่างไร มีความคุ้มครองอะไรบ้าง และแต่ละความคุ้มครองมีหลักการสำคัญเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งเนื้อหารายละเอียดผู้วิจัยจะไม่กล่าวถึง จะกล่าวเพียงพอสังเขตข้างต้นเพื่อเป็นข้อมูลและความเข้าใจเบื้องต้นเท่านั้น

บริการสินไหมทดแทน

ประกันภัยศรีเมือง (2551: Online) ฝ่ายสินไหมทดแทนทั่วไป บริษัทมีหน่วยงานทางด้านสินไหมทดแทนที่ให้บริการในนาม ของ แผนกสินไหมทั่วไป ฝ่ายสินไหมทดแทน โดยให้บริการด้านการจัดการสินไหมทดแทน ทุกประเภท ยกเว้นการ ชดใช้สินไหมทดแทนรถยนต์

แผนกสินไหมทั่วไป ฝ่ายสินไหมทดแทน จัดตั้งขึ้นมาเพื่อมอบ บริการด้านสินไหมทดแทนที่เหนือกว่าบริษัทอื่นๆ โดยเรามีเทคโนโลยีและเครือข่ายที่สนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญ ของ Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Co., Ltd. ซึ่งมีอยู่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น การประกันภัย การขนส่งสินค้าทั้งทางบกและทางทะเล การประกันอัคคีภัย และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด นอกจาก การให้บริการด้าน สินไหมทดแทนแล้วแผนกสินไหมทั่วไป ฝ่ายสินไหมทดแทน ยังเป็นที่ปรึกษาทางด้านการป้องกัน ความเสียหายสำหรับภัยต่างๆ

ฝ่ายสินไหมทดแทนรถยนต์

บริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด บริษัท เปิดทำการบริการ 24 ชั่วโมง ทุกวัน ตลอด 365 วัน ในกรณีที่ท่านต้องการแจ้งอุบัติเหตุ ท่านสามารถติดต่อบริษัทได้

การจัดการสินไหมรถยนต์

เมื่อผู้เอาประกันภัยซื้อความคุ้มครองไปแล้ว สิ่งที่ผู้เอาประกันภัยคาดหวังก็คือ เมื่อเขาประสบอุบัติเหตุขึ้น เขาจะได้รับการดูแลช่วยเหลือจากบริษัทผู้รับประกันภัย โดยเฉพาะการ ประกันภัยรถยนต์ ซึ่งในแต่ละวันจะเกิดอุบัติเหตุหลายๆ เหตุ การจัดการสินไหมรถยนต์ จึงเป็นส่วนสำคัญ แต่การจัดการสินไหมรถยนต์ ก็มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ การจัดการสินไหมรถยนต์ที่ดี ก็จะสามารถดึงดูดใจผู้เอาประกันภัย เป็นปัจจัยหลักในการแข่งขันในธุรกิจ ประกันภัยรถยนต์ ซึ่งเป็นเหตุแห่งการทำวิจัยนี้

การรับแจ้งอุบัติเหตุ

รูปแบบของการรับแจ้ง อุบัติเหตุ มีดังนี้

1. โทรศัพท์ พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุและขอรายละเอียดเบื้องต้นโดยเฉพาะในส่วนที่ จำเป็น พร้อมทั้งให้หมายเลขรับแจ้งแก่ลูกค้า กรณีลูกค้าสามารถแลกเปลี่ยนเอกสาร "Knock For Knock" ได้ให้แนะนำลูกค้า ซึ่งในกรณีเช่นนี้ทั้งสองฝ่ายจะต้องสามารถตกลงกันได้ว่าใครเป็นฝ่ายผิดให้แต่ละฝ่ายลงระบุในเอกสารด้วยว่า ใครเป็นฝ่ายผิดและใครเป็นฝ่ายถูกเพื่อนำเอกสารดังกล่าวติดต่อกับทางบริษัท ของตนต่อไป ข้อมูลเบื้องต้นในการรับแจ้งอุบัติเหตุ มีดังนี้ ชื่อผู้แจ้ง เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ชื่อผู้ขับขี่ หมายเลขทะเบียนรถ, ยี่ห้อ ชื่อผู้เอาประกัน สถานที่เกิดเหตุ และลักษณะการเกิดเหตุคร่าว ๆ หลังรับแจ้งอุบัติเหตุทุกครั้ง ให้เจ้าหน้าที่ลงบันทึกเวลา รับแจ้งและแจ้งให้ลูกค้าทราบเวลาประมาณการที่จะไปถึง กรณีที่ลูกค้ามีการเคลื่อนย้าย หรือเปลี่ยนแปลงสถานที่ให้ลูกค้าโทรศัพท์แจ้งบริษัทฯ ด้วยทุกครั้ง

2. แฟกซ์ หรือ จดหมาย ส่วนใหญ่จะเป็นการแจ้งอุบัติเหตุที่เสียหายเล็กน้อยถึงปานกลาง และเป็นอุบัติเหตุที่ไม่ได้เกิดขึ้นในขณะนั้น หากเอกสารที่ได้รับไม่ครบถ้วน ให้พนักงาน

โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าเพื่อขอเอกสารเพิ่มเติม โดยส่วนใหญ่ พนักงานจะแฟกซ์ใบรับแจ้งอุบัติเหตุของบริษัทให้ลูกค้ากรอกข้อมูล และแฟกซ์กลับพร้อมใบขับขี่หรือเอกสารอื่น ๆ

3. ลูกค้ามาติดต่อที่บริษัท พนักงานให้ลูกค้ากรอกข้อมูลในใบรับแจ้งอุบัติเหตุ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และถ่ายรูปบาดเจ็บและรถยนต์ที่เกี่ยวข้องไว้เป็นหลักฐาน

4. ทางอีเมลล์ ลูกค้าจะแจ้งอุบัติเหตุผ่านทาง Motclaim@srimuang.co.th เมื่อพนักงานรับเรื่องจะพิมพ์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน พร้อมทั้งติดต่อกลับไปยังลูกค้าทันที เพื่อดำเนินการขั้นต่อไป

ประเภทของอุบัติเหตุ

1. อุบัติเหตุที่ไม่ต้องออกตรวจสอบ

1.1 ความเสียหายและบาดเจ็บเล็กน้อย

1.2 กระจกบังลมหน้าแตก

พนักงานแจ้งให้ลูกค้าแฟกซ์รายงานพร้อมทั้งแนบเอกสารประกอบให้ครบถ้วน เอกสารประกอบ มีดังนี้ ใบรับแจ้งอุบัติเหตุ สำเนาใบขับขี่ ใบเสนอราคา หรือใบเสร็จรับเงิน รูปถ่ายก่อนซ่อมแซมถึงซ่อมเสร็จ และใบรับรองแพทย์ (กรณีบาดเจ็บ)

2. อุบัติเหตุที่ต้องออกตรวจสอบ

2.1 อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นขณะนั้น

2.1.1 ฝ่ายผิดมีคู่กรณี

2.1.2 ฝ่ายผิดไม่มีคู่กรณี แต่มีประตั้นสงสัย

2.2 อุบัติเหตุที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า และมีประตั้นน่าสงสัย

การออกตรวจสอบอุบัติเหตุทำโดยเจ้าหน้าที่ตรวจสอบอุบัติเหตุของบริษัทเซอร์เวย์ ในเครือของบริษัท พนักงานจะแจ้งบริษัทเซอร์เวย์ที่อยู่ใกล้ที่เกิดเหตุมากที่สุดให้ส่งพนักงานออกตรวจสอบโดยบันทึกชื่อบริษัท ผู้รับเรื่อง เวลารับเรื่อง และเวลาที่คาดว่าจะถึงในที่เกิดเหตุในใบรับแจ้ง

การรับแจ้งอุบัติเหตุจะทำโดย

1. พนักงานของบริษัท

2. พนักงานของบริษัท AXA โดยบริษัทจ้างให้รับโทรศัพท์ในช่วงเวลา 22.00 – 7.00 (วันทำงาน) และ 17.00 – 8.30 ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2539: 19) และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลากหลาย ดังนี้

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 33 - 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม โดยการทำงานร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักสร้างคุณภาพรวม ค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องการมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือ ราคาของสินค้านั้นเอง ส่วนระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ ออกเป็น 3 ระดับ ด้วยกันและลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอดตรงกับ ความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้ายิ่งพอใจมากขึ้น ความพึงพอใจอย่างเดียวยังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่ตลอดไป ดังนั้นลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจอย่างสูง ไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของลูกค้าจะสร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์ ความรู้สึกต่อสินค้านั้น ๆ ซึ่งไม่ใช่ความชอบแบบธรรมดาทั่ว ๆ ไป ผลที่จะตามมาก็คือ ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

รัชนี จันทรวิชระวงศ์ (2547: 9) ได้สรุปความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความนิยม ชมชอบ ความประทับใจ เมื่อมีสิ่งใดมาตอบสนองความต้องการได้ ตามระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้นมากหรือน้อย

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540: 26) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง สภาพะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

และความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

กาญจนา ภาสุพันธ์ (2538: 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ระดับความรู้สึกหรือความนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับตามที่คาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวัง

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538: 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สุนิดา รัตนโกลม (2539: 16) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่จะทำให้ตนเองมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของสังคม

มัทธนา อันแสง (2546: 36) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองที่คาดหวังไว้หรือมากกว่า ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ปฐมพงศ์ ปาริประธาราษร์ (2543: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้ามีความเครียดมาก จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ได้

ภูต (สุวัฒน์ ไบเจริญ. 2540; อ้างอิงจาก Good. 1987: 25) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

เกสเลอร์ (สุวัฒน์ ไบเจริญ. 2540; อ้างอิงจาก Dessle. 1983: 30) เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้อง มีคนยกย่องต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้ว

ศรिता วุฒิพงศ์ (2542: 12) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ โดยสรุปว่า เป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบและบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้วอยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ธัญวันต์ กฤษณรัตน์ (2542: 10) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าความเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบหรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542: 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

อรุณี สุขเรือง (2546: 22) ได้สรุปความหมายจากความพึงพอใจเป็นสภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาที่กระทำในกิจกรรมนั้น

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการ การตอบสนอง เจตคติที่ดีของบุคคล ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ความรู้สึกที่ดีที่ชอบ การแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้ว อยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจที่พอใจหรือที่ประทับใจที่เกิดขึ้นจากการได้สัมผัสหรือได้รับผลประโยชน์จากการได้สัมผัสหรือได้รับประโยชน์จากสิ่งนั้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 17) ความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหัวใจหลักของการตลาด ผู้ประกอบการจะจัดสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอและมากขึ้นไปเรื่อย ๆ จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ ดังนั้นการที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเพื่อกระตุ้นมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ความสำคัญของการใช้แรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย
2. เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ
3. เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้มาใช้บริการสม่ำเสมอ
4. เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่สูญเสียไปกลับคืนมา

มาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 149 – 150; อ้างอิงจาก Maslow. 1968: 243) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการของคนจะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจและความต้องการจะแบ่งออกเป็นระดับต่าง ๆ กัน โดย Maslow ได้ตั้งข้อสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของคนไว้ว่า

1. คนมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะทำให้เกิดความต้องการอย่างอื่นต่อไปเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้น
2. ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ยังเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป
3. ความต้องการของคนจะเรียงลำดับความสำคัญ เมื่อความต้องการขั้นใดได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการในขั้นสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ

Maslow ได้จัดลำดับขั้นตอนความต้องการทั้ง 5 ขั้นของมาสโลว์ สามารถศึกษาเปรียบเทียบได้จากภาพประกอบ 1 ต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงลักษณะความต้องการชั้นต่าง ๆ ของมาสโลว์

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการเพื่อที่จะดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น น้ำ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการทางด้านร่างกายอย่างเพียงพอแล้วก็จะเริ่มมีความต้องการชั้นต่อไป

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยหรือสวัสดิภาพ (Safety and Security Needs) เป็นความต้องการความมั่นคงในชีวิต ในหน้าที่การงาน เช่น การมีงานทำและมีรายได้สม่ำเสมอ มีสวัสดิการ ส่วนความต้องการความปลอดภัยนั้น เป็นความต้องการที่ปราศจากการประสบอุบัติเหตุ การเจ็บป่วย เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่โดยมั่นคง สะดวกสบาย

3. ความต้องการทางสังคมและความรัก (Social and Love Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการสนองความต้องการในสองขั้นต้นจนเป็นที่พอใจแล้ว ความต้องการทางสังคมจะเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคน ความต้องการด้านนี้ คือ ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่น ต้องการที่จะมีโอกาสเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ เป็นที่รักและเป็นที่ยอมรับของบุคคลหรือสังคมนั้น ๆ

4. ความต้องการการยอมรับและยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการได้รับความนับถือ อยากมีชื่อเสียง ทำให้เกิดความภูมิใจในตนเอง การได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้ จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่ามีคุณค่า รวมทั้งต้องการที่จะมีฐานะโดดเด่น เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น อยากให้บุคคลอื่นเคารพยกย่อง ซึ่งมีผลทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for Self Actualization) เป็นความปรารถนาที่จะใช้ศักยภาพสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่คิดว่าสามารถที่จะเป็นหรือจะทำได้ เช่น ความปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของกิจการที่มีชื่อเสียง เป็นพนักงานตัวอย่าง ฯลฯ เป็นความต้องการที่จะให้ตนได้รับความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนคิด หรือที่ต้องการทุกอย่าง

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ ตามแนวคิดของนักการตลาด ได้ให้ความหมายเป็น 2 นัย คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 19)

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 20; อ้างอิงจาก Oliver. 1980: 460 - 469) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไว้ว่า ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและใช้สินค้า และการให้บริการต่าง ๆ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539: 19 - 20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไว้ว่า ภาวะการณ์ แสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้าม ความไม่พอใจ หมายถึง ภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ

2. ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับราคาบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับทำเล ที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการในทางบวก

5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม การให้สีสรร ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

7. กระบวนการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการนำระบบการทำงานที่มีคุณภาพและถูกต้อง ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ ย่อมมีความสำคัญต่อผู้ให้และผู้รับบริการ กล่าวคือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 21 - 22)

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ
3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี
2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534: 15) ได้พูดถึงปัจจัยของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่

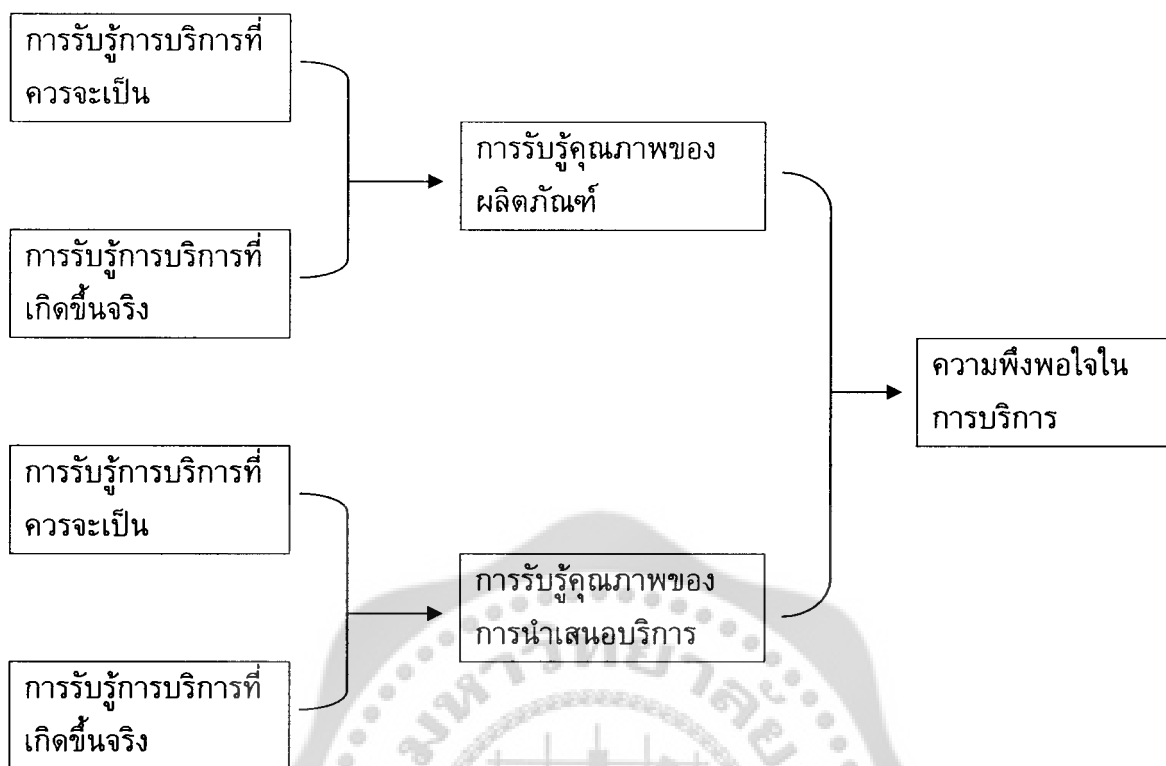
เกี่ยวกับการบริการ นอกจากผู้บริการจะดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ ผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณ์การบริการหนึ่ง ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการ จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรู้ผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภท ตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด ผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรู้ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองในการให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติงานตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมติวีจิตของการบริการอย่างแท้จริงองค์ประกอบของความพึงพอใจการบริการ สามารถแสดงได้ดังภาพประกอบ 2 มีดังนี้



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในบริการ

ที่มา: สุทธิชาติ อำมาตย์หิน. (2543). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการบริการตลาดข้าวของตลาดกลางผลิตผลเกษตรกร ประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี. หน้า 17.

จะเห็นว่า ความพึงพอใจในบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และกระบวนการนำเสนอในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าว ย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น หากเห็นไปในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ให้บริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ได้มีผู้ให้ความหมายของ “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ” ไว้หลายความหมายด้วยกัน ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ ตามแนวคิดของนักการตลาด ได้ให้ความหมายเป็น 2 นัย คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 19)

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่าความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของ การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

มิลเลท (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540: 33 – 34; อ้างอิงจาก Millet. 1954: 397 – 400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม
2. ความเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

ซวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538: 24 – 25) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่โอ้อ้อ พุดคุย ทำธุระอย่างอื่นที่ไม่ใช่การให้บริการลูกค้า นอกจากจะทำงานอย่างรวดเร็ว ต้องมีความรอบคอบสุขุม ระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานที่ทำเป็นอย่างดี และต้องทำด้วยสมาธิ
2. การให้บริการอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสมและเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ เพื่อมิให้เกิดการรอคอยในการให้บริการนานเกินไป
3. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วิทยุฒิ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงาน และการให้บริการ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ

5. การให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์กับผู้มาใช้บริการ

6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่รู้รูปแบบการให้บริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน

7. สภาพแวดล้อมต่าง ๆ เช่น สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน สถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

ลือค (สุทธิชาติ อำมาตย์หิน. 2543: 12; อ้างอิงจาก Locke. 1976) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกทางอารมณ์ในทางบวกอันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากงานและประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลหนึ่ง

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบ นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับราคาบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับทำเล ที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการในทางบวก

5. ผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งสถานที่ให้

7. การบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากการนำระบบการทำงานที่มีคุณภาพและถูกต้อง ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

สมชาติ กิจยรรจง (2536: 42) กล่าวว่า การบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกับผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการคนอื่น จึงควรจะมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำงาน เพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

วีระพงษ์ เกลิมจิระวัฒน์ (2543: 6 - 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคือกระบวนการ ในการส่งมอบการบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือ ผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้เป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่ายบริการ จะได้รับการทำขึ้นโดยบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการบริการนั้น

दनัย เทียมพุ่ม (2543: 10) กล่าวได้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้า ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าภายในเวลาที่เหมาะสม (รวดเร็วที่สุด)

จากแนวความคิดข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้และเสื่อมสูญสลายได้ง่าย โดยผู้บริการไปยังผู้รับบริการในทันทีและสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความสำคัญของการบริการ

สมชาติ กิจยรรจง (2536: 15) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการ ไว้ดังนี้

1. การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ทักษะและความเนียบเนียนที่ทำให้ชนะใจลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ
2. การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ หรือระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารด้วย
3. การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องช่วยให้ผู้ที่มาติดต่อกับองค์กรเกิดความเชื่อศรัทธาและสร้างภาพพจน์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการด้านอื่น ๆ อีกในโอกาสหน้า

หลักการสำคัญในการให้บริการ เพื่อเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่มาให้บริการ จึงมีหลักการให้บริการ ดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้จัดบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม
2. การใช้วิธีการสื่อสารที่ดีต่อลูกค้า เพราะการสื่อสารที่ดีทั้งโดยวาจาหรือใช้สื่อที่เป็นสัญลักษณ์ ที่องค์กรจัดไว้สื่อสารกับลูกค้า จะทำให้เกิดความสะดวกและเข้าใจที่ดี

3. การให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคน การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นการแสดงถึงการยอมรับและนับถือลูกค้า จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

4. การมีความรับผิดชอบ การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า หรือผู้ที่มาใช้บริการในทุกรณี จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่น

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540: 35) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

วีรพล รัตนภาสกร (2537: 46) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการพอสรุปได้ว่า เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของแต่ละหน่วยงาน โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ที่แต่ละบุคคลที่ตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นโดยการประเมินผลสามารถแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. อัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับความรู้ถึงการมอบบริการ
2. วัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณ และคุณภาพของการบริการ

สรุป การบริการ มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ในการบริการ มีความหมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการ จากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือผู้ให้บริการนั้น ๆ ดังนั้น การให้บริการที่ตอบสนองทำให้ลูกค้าพอใจทั้งความต้องการและความคาดหวัง จึงเป็นงานบริการที่มีคุณภาพ

ลักษณะการบริการ

1. การบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการว่า ต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

2. การบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ให้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

3. การบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

4. การบริการเป็นงานที่ต้องการ การตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะต้องตอบสนองตลอดเวลา

องค์ประกอบของการบริการ

การบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรแล้วว่า สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และมีคุณภาพดี

2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี

3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี (อดิเรก พงษ์กายี. 2540: 17)

ฟิทซิมมิน และฟิทซิมมอน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 57; อ้างอิงจาก Fitzsimmins; & Fitzsimmons. 1994: 49 – 50) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ ดังนี้

1. การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของลูกค้า
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อลูกค้าแต่ละคน
5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของการบริการ
6. คุณภาพของการให้บริการทั้งในระหว่างรับบริการและภายหลังรับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับการยกย่อง ชมเชย
8. ความปลอดภัยของการให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

สหพล ปฐมกุล (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของผู้เอาประกันภัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกรมธรรม์การเอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับดี และมีระดับความคิดเห็นในด้านการพัฒนาผลผลิตอยู่ในระดับกลาง และจำนวนปีที่เคยทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจโดยเฉลี่ย 3 ปี ต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์มากที่สุดในช่วงกรมธรรม์ใกล้หมดอายุ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์มากที่สุด คือ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1 เหตุผลที่ผู้ซื้อ

กรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ต้องการมากที่สุด คือ ต้องการความคุ้มครองให้กับรถ และค่ารักษาพยาบาลแก่ตนเอง แหล่งข้อมูลที่ใช้มากที่สุด คือ บุคคลที่รู้จัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมากที่สุด คือ ตนเอง มีงบประมาณในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยเฉลี่ย 10,815 บาท ระดับความเป็นไปได้ในการซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ในปีถัดไป มีระดับการซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจ ระดับความคุ้มค่าของกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามถืออยู่ มีระดับความคุ้มครองความพอใจ และความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรที่ศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอายุรถยนต์ที่ใช้แตกต่างกันมีผลต่อความเป็นไปได้ในการซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 3 ในปีถัดไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเอาประกันภัยประเภทรถยนต์ประเภท 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แจ่มจันทร์ ณ กาพสินธุ์ (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม พบว่า ลูกค้าของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยรายด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ รองลงมาคือด้านระยะเวลาในการบริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านสถานที่ประกอบการ ตามลำดับ ผู้ใช้บริการไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคามที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการบริการ สำหรับความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการมากกว่าลูกค้าเพศชาย 3 ด้าน คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการบริการ แต่มีความพึงพอใจน้อยการลูกค้าเพศชายในด้านสถานที่ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการการ โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ลูกค้าที่มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จตุรงค์ โพยมรัตน์ (2546: 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนเศรษฐกิจ 1 สมุทรสาคร พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวม ด้านบุคลากรและด้านการบริการมีความ

พึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอาคารสถานที่ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ และระดับอายุต่างกันโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรและด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านบริการ (บริการเงินฝาก) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อรุณี สุขเรือง (2546: 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมและด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านอาคารสถานที่ ด้านการบริการฝากถอนเงิน และด้านพนักงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามตัวแปรอิสระ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการบริการฝากถอนเงิน และด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้ำที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้บริการ ประเภทที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และประเภทเงินฝากต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545: 40 – 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำมีความพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านความสะดวก มีความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรอิสระ ลูกค้ำที่มีเพศ ประเภทที่ใช้บริการ อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรารุช ประภายนต์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร : การศึกษา บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด พบว่า

1. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์มีทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ โดยรวมทุกด้านและในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการให้บริการของ

พนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการติดต่อศูนย์บริการกรณีอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของผู้ชมรถยนต์ ด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัย หรือนายหน้าประกันภัย อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย และด้านสถานที่ ซึ่งเป็นสำนักงานบริการมีทัศนคติในการให้บริการประกันภัยรถยนต์ บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัดอยู่ในระดับต่ำ

2. ผู้ให้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์โดยรวม ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ซึ่งเป็นสำนักงานบริการด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของอยู่ซ่อมรถยนต์ ด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน และด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านสถานที่ซึ่งเป็นสำนักงานบริการ ด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน ด้านการบริการหลังการขาย และด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ และด้านจำนวนและคุณภาพของข้อมูลรถยนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ซึ่งเป็นสำนักงานบริการ ด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของอู่ซ่อมรถยนต์ ด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน ด้านการบริการหลังการขาย และด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ โดยรวมและรายด้านต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ผู้ให้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการให้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านสถานที่ซึ่งเป็นสำนักงานบริการ แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของอู่ซ่อมรถยนต์ ด้านการได้รับ

ชดเชยค่าสินไหมทดแทน ด้านการบริการหลังการขาย และด้านการให้บริการของตัวแทน ประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีระยะเวลาต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ซึ่งเป็นสำนักงานบริการ และด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของอู่ซ่อมรถยนต์ ด้านการบริการหลังการขาย และด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการประกันภัยรถยนต์บริษัทอื่นก่อนใช้บริการประกันภัยรถยนต์ โดยรวมและรายด้านต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

9. ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ เมื่อกรมธรรม์สิ้นอายุ มีทัศนคติต่อการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านอัตราและการชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการของตัวแทนประกันภัยหรือนายหน้าประกันภัย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนทัศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ซึ่งเป็นสำนักงานบริการ ด้านการติดต่อศูนย์บริการเกิดอุบัติเหตุ ด้านจำนวนและคุณภาพของอู่ซ่อมรถยนต์ ด้านการได้รับชดเชยค่าสินไหมทดแทน และด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดวงดาว บุญบันดาล (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และวิธีการชำระเบี้ยประกันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการทำประกันชีวิตของบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และแบบของกรมธรรม์ที่นิยมมากที่สุด ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการทำประกันชีวิตของบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

แก้วกานดา แสงพลสิทธิ์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการประกันอัคคีภัย บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการประกันอัคคีภัย บริษัท

ทฤษฎีประกันภัย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการด้านการขาย ด้านการเตือนต่ออายุกรมธรรม์ และด้านสินไหมการจ่ายสินไหม อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดทำกรมธรรม์อัคคีภัย อยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรอิสระ ผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นผู้ให้บริการทำประกันอัคคีภัย ประเภทของสัญญาคุ้มครองประกันอัคคีภัย และความต้องการทำประกันอัคคีภัยต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการประกันอัคคีภัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

งานวิจัยในต่างประเทศ

เพน ชานาสกี และโทมัส (Pen Chansky & Thomas (1961: 51) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการ ได้อย่างสะดวกตดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

อะเคย์ และแอนเดอร์สัน (นิคม สะอาดเยี่ยม. 2538: 16) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 1970 พบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการรับบริการ และค่าใช้จ่ายโดยขึ้นถึงพื้นฐาน 6 ประเภท ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่รับจากการบริการ (Convenience)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ (Coordination)
3. ความพึงพอใจต่ออธยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy)
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Medical Information)
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (Quality of Care)
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out of – Pocket Cost)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
2. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ในเดือน มกราคม จำนวน 2,000 คน (รายงานการประชุมคณะกรรมการ ประจำเดือน มกราคม. 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ สิริชัย กาญจนวาสีและคณะ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2549 : 67) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 240 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง

วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ชนิด 5 ระดับ เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้า มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยจำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ ลักษณะ

ของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ได้แก่

- | | | |
|-------|---|-------------------------|
| ระดับ | 5 | มีความพึงพอใจมากที่สุด |
| ระดับ | 4 | มีความพึงพอใจมาก |
| ระดับ | 3 | มีความพึงพอใจปานกลาง |
| ระดับ | 2 | มีความพึงพอใจน้อย |
| ระดับ | 1 | มีความพึงพอใจน้อยที่สุด |

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ แล้วนำมาประมวลผล เพื่อกำหนดขอบเขตเพื่อการวิจัย และการสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมครอบคลุมตามวัตถุประสงค์
2. ศึกษาการเขียนแบบสอบถาม และสอบถามลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่
3. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรืองลักษณ์ โรจนพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทยและ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ตรวจสอบความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาภาษาที่ใช้
5. นำแบบสอบถามไปหาค่า IOC รายข้อได้ค่า IOC ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำไปหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .964
7. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยัง ผู้บริหารแผนกธุรการและทรัพยากรบุคคล บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด
2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม 2552
3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบว่าสมบูรณ์หรือไม่ รวบรวมแบบสอบถามแล้ววิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามดังกล่าวกลับมาแล้วได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
2. หาค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า
3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 4.50 - 5.00	หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 3.50 - 4.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
ระดับ 2.50 - 3.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 1.50 - 2.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1.00 - 1.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. เพื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้การทดสอบค่าทีเทส (t - test)

5. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD (Least – Significant Different)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนคนของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 65)

$$S.D = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.1 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจรายข้อใช้สูตร IOC (Item - Operational Definition Congruence Index) ใช้ค่าตั้งแต่ 0.5 ใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2548: 1)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อ
	$\sum R$	แทน	ผลรวมคะแนนความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ วิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้
สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach - Coefficient - Alpha)
(บุญเชิด ภิญโญนนิตพงษ์. 2548: 15)

$$r_{tt} \text{ หรือ } \alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

- เมื่อ r_{tt} หรือ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (แบบสอบถาม)
- K แทน จำนวนข้อคำถาม
- S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
- S_x^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของเครื่องมือวัด

3. สถิติทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยใช้ t - test for Independent Samples โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 166)

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$$

- เมื่อ t แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
- $\overline{X}_1, \overline{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
- S_1^2, S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
- n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 236)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F - Distribution

MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าผลการทดสอบในข้อ 3.2 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ LSD



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และการแปลผลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
n	แทน	จำนวนลูกค้าในกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - test
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนค่าเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่เบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ยยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาแจกแจงจำนวนความถี่และร้อยละ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	162	67.5
1.2 หญิง	78	32.5
รวม	240	100.0
2. อายุ		
2.1 18 – 24 ปี	15	6.3
2.2 25 – 35 ปี	59	24.6
2.3 36 – 50 ปี	119	49.6
2.4 50 ปีขึ้นไป	47	19.6
รวม	240	100.0
3. อาชีพ		
3.1 นิสิต/นักศึกษา	34	14.2
3.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	30.8
3.3 รับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	45	18.8
3.4 ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรวม	87	36.3
รวม	240	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
4.1 ไม่เกิน 10,001 บาท	24	10.0
4.2 10,001 – 20,000 บาท	58	24.2
4.3 20,001 – 30,000 บาท	106	44.2
4.4 มากกว่า 30,000 บาท	52	21.7
รวม	240	100.0

ตาราง 2 พบว่า ลูกค้าตอบแบบสอบถามทั้งหมด 240 คน ลูกค้าใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีอายุ 36 – 50 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

เป็นการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานตามเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ ดังแสดงในตาราง 2 – 6

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการให้บริการ	3.83	0.33	มาก
ด้านพนักงาน	3.69	0.32	มาก
ด้านประชาสัมพันธ์	3.04	0.25	ปานกลาง
ด้านอาคารสถานที่	2.82	0.21	ปานกลาง
รวม	3.60	0.21	มาก

ตาราง 2 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านประชาสัมพันธ์และด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1	แผนกสินไหมรถยนต์มีข้อมูลพร้อมเสมอในการให้บริการ	3.63	0.37	มาก
2	ข้อมูลได้รับการปรับให้เป็นปัจจุบัน	3.83	0.37	มาก
3	เวลาเปิด - ปิดบริการเหมาะสม	3.98	0.37	มาก
4	การติดตามเอาใจใส่งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	3.67	0.36	มาก
5	ความเพียงพอของจำนวนพนักงานสำหรับบริการลูกค้า	3.14	0.35	ปานกลาง
6	ให้บริการลูกค้าตามคิวก่อน - หลัง	3.13	0.36	ปานกลาง
7	ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.99	0.37	มาก
8	ความถูกต้องของเอกสารในการบริการ	3.96	0.41	มาก
9	แผนกสินไหมรถยนต์ให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ	3.67	0.47	มาก
10	ระบบการให้บริการลูกค้ามีความคล่องตัว	4.00	0.38	มาก
11	แผนกสินไหมรถยนต์ให้บริการรวดเร็ว	3.75	0.39	มาก
12	ความทันสมัยในการนำเอาเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การออนไลน์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.13	0.38	ปานกลาง
	รวม	3.58	0.33	มาก

ตาราง 3 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานสำหรับบริการลูกค้า ให้บริการลูกค้าตามคิวก่อน - หลัง และความทันสมัยในการนำเอาเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การออนไลน์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานโดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านพนักงาน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1	การแต่งกายสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน	3.83	0.45	มาก
2	ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	3.67	0.37	มาก
3	ความมีกิริยามารยาทและอัธยาศัยไมตรี	3.88	0.49	มาก
4	ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการให้บริการ	3.55	0.36	มาก
5	ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการ	3.67	0.46	มาก
6	พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	3.16	0.37	ปานกลาง
7	ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.67	0.50	มาก
8	ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน	4.00	0.37	มาก
9	ความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในการเสนอบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าพอใจ	3.16	0.37	ปานกลาง
10	พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงประเด็น	3.63	0.37	มาก
11	ความสามารถของพนักงานในการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี	3.67	0.36	มาก
	รวม	3.69	0.32	มาก

ตาราง 4 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงาน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการและความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในการเสนอบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าพอใจ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.	การแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหมรถยนต์ที่น่าสนใจในสื่อ ต่อไปนี้			
1.1	โทรทัศน์	3.87	0.49	มาก
1.2	โปสเตอร์	3.12	0.33	ปานกลาง
1.3	อินเทอร์เน็ต	2.95	0.39	ปานกลาง
1.4	หนังสือพิมพ์	2.85	0.50	ปานกลาง
1.5	แผ่นพับ	3.83	0.61	มาก
2.	การจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของแผนกสินไหมรถยนต์	3.71	0.29	มาก
3.	บริการข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง	3.09	0.29	ปานกลาง
4.	ลูกค้าได้รับข้อมูลจากแผนกสินไหมรถยนต์ที่มีสาระเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	3.88	0.28	มาก
5.	การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับคนพิการ มูลนิธิต่าง ๆ	3.05	0.35	ปานกลาง
6.	มีการออกบูทแนะนำบริการของแผนกสินไหมรถยนต์ตามเทศกาล	2.95	0.44	ปานกลาง
7.	การปฏิบัติหน้าที่ของแผนกสินไหมรถยนต์ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่บริษัท	3.67	0.27	มาก
	รวม	3.90	0.25	มาก

ตาราง 5 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหมรถยนต์ที่น่าสนใจในสื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ การจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของแผนกสินไหมรถยนต์ ลูกค้าได้รับข้อมูลจากแผนกสินไหมรถยนต์ที่มีสาระเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และการปฏิบัติหน้าที่ของแผนกสินไหมรถยนต์ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่บริษัท ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านอาคารสถานที่	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1	ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์	2.82	0.42	ปานกลาง
2	มีการติดป้ายชื่อสำนักงานให้เห็นได้ชัดเจน	2.93	0.30	ปานกลาง
3	ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์	3.67	0.27	มาก
4	ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ	4.00	0.20	มาก
5	ความสะอาดของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์	2.99	0.21	ปานกลาง
6	ความกว้างขวางของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์	3.67	0.48	มาก
7	มีสเนียมในการจัดตกแต่งสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์	2.93	0.34	ปานกลาง
8	การจัดสถานที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอและเป็นสัดส่วน	2.28	0.75	ปานกลาง
9	สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	3.79	0.52	มาก
10	มีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน	3.75	0.45	มาก
11	การจัดสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์มีความเป็นระเบียบ	2.95	0.28	ปานกลาง
12	สามารถติดต่อแผนกสินไหมรถยนต์ได้อย่างสะดวก	3.98	0.26	มาก
	รวม	3.82	0.21	มาก

ตาราง 6 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ ความกว้างขวางของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน และสามารถติดต่อแผนกสินไหมรถยนต์ได้อย่างสะดวก ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

เป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยรวมและรายด้าน ดังแสดงในตาราง 7 – 21

ตาราง 7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์	เพศ						t	Prob.
	ชาย n = 162			หญิง n = 78				
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ		
ด้านการให้บริการ	3.14	0.32	ปานกลาง	3.20	0.36	ปานกลาง	1.24	0.22
ด้านพนักงาน	3.21	0.30	ปานกลาง	3.27	0.35	ปานกลาง	1.25	0.21
ด้านประชาสัมพันธ์	3.02	0.21	ปานกลาง	3.07	0.33	ปานกลาง	1.17	0.25
ด้านอาคารสถานที่	2.82	0.18	ปานกลาง	2.81	0.27	ปานกลาง	0.40	0.69
รวม	3.05	0.18	ปานกลาง	3.09	0.27	ปานกลาง	1.12	0.27

ตาราง 7 พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม
อายุ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.22	0.74	7.20**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	24.29	0.10		
	รวม	239	26.51			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.47	0.49	5.19**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	22.25	0.09		
	รวม	239	23.72			
ด้านประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.49	0.16	2.60*	0.05
	ภายในกลุ่ม	236	14.84	0.06		
	รวม	239	15.33			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.21	0.07	1.55	0.20
	ภายในกลุ่ม	236	10.45	0.04		
	รวม	239	10.65			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.90	0.30	7.24**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	9.76	0.04		
	รวม	239	10.66			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 8 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนก
สินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.01 ด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอาคาร
สถานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนก
สินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ
LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 35 ปี	36 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
		2.95	3.02	3.05	3.17
18 – 24 ปี	2.95	-	0.06	0.10	0.22**
25 – 35 ปี	3.02		-	0.03	0.15**
36 – 50 ปี	3.05			-	0.12**
50 ปีขึ้นไป	3.17				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 9 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 – 35 ปี
และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ
ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ		18 – 24 ปี	25 – 35 ปี	36 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.01	3.10	3.13	3.34
18 – 24 ปี	3.01	-	0.09	0.12	0.33**
25 – 35 ปี	3.10		-	0.03	0.24**
36 – 50 ปี	3.13			-	0.21**
50 ปีขึ้นไป	3.34				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 10 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 –
35 ปี และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่าง
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วย
วิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ		18 – 24 ปี	25 – 35 ปี	36 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.04	3.17	3.23	3.36
18 – 24 ปี	3.04	-	0.13	0.18	0.31**
25 – 35 ปี	3.17		-	0.05	0.18**
36 – 50 ปี	3.23			-	0.13**
50 ปีขึ้นไป	3.36				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 11 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 – 35
ปี และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านประชาสัมพันธ์
ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ		18 – 24 ปี	25 – 35 ปี	36 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	2.96	3.00	3.04	3.12
18 – 24 ปี	2.96	-	0.03	0.07	0.16*
25 – 35 ปี	3.00		-	0.04	0.12*
36 – 50 ปี	3.04			-	0.08
50 ปีขึ้นไป	3.12				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ด้านประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี และ
25 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ
ทางสถิติ

ตาราง /13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน จำแนก
ตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.46	0.49	4.57**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	25.06	0.11		
	รวม	239	26.51			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.21	0.40	4.23**	0.01
	ภายในกลุ่ม	236	22.51	0.10		
	รวม	239	23.72			
ด้านประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.24	0.08	1.25	0.29
	ภายในกลุ่ม	236	15.09	0.06		
	รวม	239	15.33			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.24	0.08	1.81	0.15
	ภายในกลุ่ม	236	10.41	0.04		
	รวม	239	10.65			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.62	0.21	4.88**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	10.03	0.04		
	รวม	239	10.66			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 13 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนก
สินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.01 ส่วนด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		รับจ้าง/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	นิสิต/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เกษตรกรรม
	$\bar{X}$	2.99	3.03	3.04	3.12
รับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	2.99	-	0.05	0.05	0.13**
นิสิต/นักศึกษา	3.03		-	0.01	0.09*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.04			-	0.08*
ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม	3.12				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 14 พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรมโดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		รับจ้าง/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	นิสิต/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เกษตรกรรม
	$\bar{X}$	3.06	3.10	3.13	3.26
รับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.06	-	0.04	0.07	0.20**
นิสิต/นักศึกษา	3.10		-	0.03	0.16*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.13			-	0.12*
ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม	3.26				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 15 พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรมด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		รับจ้าง/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	นิสิต/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เกษตรกรรม
	$\bar{X}$	3.15	3.16	3.20	3.32
รับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.15	-	0.02	0.05	0.17**
นิสิต/นักศึกษา	3.16		-	0.03	0.15**
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.20			-	0.12*
ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม	3.32				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 16 พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษามากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรมด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมและรายด้าน จำแนก
ตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.02	0.67	6.50**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	24.49	0.10		
	รวม	239	26.51			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.89	0.30	3.08*	0.03
	ภายในกลุ่ม	236	22.82	0.10		
	รวม	239	23.72			
ด้านประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.29	0.10	1.50	0.21
	ภายในกลุ่ม	236	15.04	0.06		
	รวม	239	15.33			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.43	0.14	3.28*	0.02
	ภายในกลุ่ม	236	10.23	0.04		
	รวม	239	10.65			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.73	0.24	5.82**	0.00
	ภายในกลุ่ม	236	9.92	0.04		
	รวม	239	10.66			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 17 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้าน
พนักงานและด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้าน
ประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	2.97	3.00	3.07	3.14
ไม่เกิน 10,000 บาท	2.97	-	0.03	0.10*	0.17**
10,001 – 20,000 บาท	3.00		-	0.06	0.14**
20,001 – 30,000 บาท	3.07			-	0.07*
มากกว่า 30,000 บาท	3.14				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 18 พบว่า ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านการให้บริการ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	3.02	3.06	3.17	3.30
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.02	-	0.05	0.15*	0.28**
10,001 – 20,000 บาท	3.06		-	0.11*	0.23**
20,001 – 30,000 บาท	3.17			-	0.12*
มากกว่า 30,000 บาท	3.30				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
แผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านพนักงานด้วย
วิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	3.08	3.20	3.24	3.31
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.08	-	0.12	0.16*	0.23**
10,001 – 20,000 บาท	3.20		-	0.03	0.10
20,001 – 30,000 บาท	3.24			-	0.07
มากกว่า 30,000 บาท	3.31				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 20 พบว่า ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ด้านอาคารสถานที่ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		10,001 – 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	2.76	2.78	2.83	2.88
10,001 – 20,000 บาท	2.76	-	0.03	0.07*	0.12**
ไม่เกิน 10,000 บาท	2.78		-	0.04	0.09
20,001 – 30,000 บาท	2.83			-	0.05
มากกว่า 30,000 บาท	2.88				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 21 พบว่า ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านอาคารสถานที่ที่มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านอาคารสถานที่ที่มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ในด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ในเดือน มกราคม จำนวน 2,000 คน (รายงานการประชุมคณะกรรมการ ประจำเดือน มกราคม. 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม

ตารางของ ศิริชัย กาญจนวาสีและคณะ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2549 : 67) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 240 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ที่มาใช้บริการระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2552 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 240 คน ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนจำนวน 240 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ชนิด 5 ระดับ เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้า มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 47 ข้อ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ จำนวน 13 ข้อ ด้านพนักงาน จำนวน 11 ข้อ ด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 11 ข้อ และด้านอาคารสถานที่ จำนวน 12 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามนี้ก่อนนำไปใช้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแล้ว ได้ค่าความเชื่อมั่น .964

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยัง ผู้บริหารแผนกธุรการและทรัพยากรบุคคล บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2552 ได้รับคืนมาสมบูรณ์ จำนวน 240 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.0

3. นำแบบสอบถามมาตรวจดูว่าสมบูรณ์หรือไม่ รวบรวมแบบสอบถามแล้ววิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามดังกล่าวกลับมาแล้วได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2. หาค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 4.50 - 5.00	หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 3.50 - 4.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
ระดับ 2.50 - 3.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 1.50 - 2.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1.00 - 1.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. เพื่อเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้การทดสอบค่าทีเทส (t – test)

5. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD (Least – Significant Different)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยของสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พบว่า ลูกค้าตอบแบบสอบถามทั้งหมด 240 คน ลูกค้าใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีอายุ 36 – 50 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ ผลปรากฏพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านการให้บริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานสำหรับบริการลูกค้า ให้บริการลูกค้าตามคิวก่อน – หลัง และความทันสมัยในการนำเอาเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การออนไลน์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านพนักงาน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ และความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในการเสนอบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าพอใจ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหมรถยนต์ที่น่าสนใจในสื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ การจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของแผนกสินไหมรถยนต์ ลูกค้าได้รับข้อมูลจากแผนกสินไหมรถยนต์ที่มีสาระเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และการปฏิบัติหน้าที่ของแผนกสินไหมรถยนต์ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่บริษัท ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ ความกว้างขวางของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ อย่างชัดเจน และสามารถติดต่อแผนกสินไหมรถยนต์ได้อย่างสะดวก ส่วนข้ออื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ตามสมมติฐานที่การวิจัยตั้งไว้ปรากฏผลดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการและด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.2.1 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 – 35 ปี และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2.2 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 – 35 ปี และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2.3 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี 25 – 35 ปี และ 36 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2.4 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจ

มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 – 24 ปี และ 25 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.3.1 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรโดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3.2 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3.3 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านพนักงานและด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการให้บริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้ามีความพึงพอใจในแผนกสินไหมรถยนต์ในเรื่อง มีข้อมูลพร้อมเสมอในการให้บริการ ได้รับการปรับให้เป็นปัจจุบัน เวลาเปิด - ปิดบริการเหมาะสม การติดตามเอาใจใส่งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความถูกต้องของเอกสารในการบริการ แผนกสินไหมรถยนต์ ให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ ระบบการให้บริการลูกค้ามีความคล่องตัว และให้บริการรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของวีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2543: 6 - 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคือกระบวนการ ในการส่งมอบการบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้เป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่ายบริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการบริการนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุรงค์ โภยมรัตน์ (2546: 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนเศรษฐกิจ 1 สมุทรสาคร พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และดวงดาว บุญบันดาล (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท ไทยสมุทประกันชีวิต จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านพนักงาน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อพนักงานของแผนกสินไหมรถยนต์ในเรื่อง การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ความสามารถในการสื่อสาร ความมีกิริยามารยาทและอัธยาศัยไมตรี ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการให้บริการ ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงประเด็น และความสามารถของพนักงานในการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแจ่มจันทร์ ณ กาพสินธุ์ (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับอยู่ในระดับมาก และเกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545: 40 - 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย

จำกัด (มหาชน) สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านพนักงานมีความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับมาก

ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกคามีความพึงพอใจในเรื่อง การแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหมรถยนต์ที่น่าสนใจ ในสื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ การจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของแผนกสินไหมรถยนต์ ลูกค้าได้รับข้อมูลจากแผนกสินไหมรถยนต์ที่มีสาระเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และการปฏิบัติหน้าที่ของแผนกสินไหมรถยนต์ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่บริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546: 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะลูกคามีความพึงพอใจในเรื่อง ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ ความกว้างขวางของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน และสามารถติดต่อแผนกสินไหมรถยนต์ได้อย่างสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546: 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก และเกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545: 40 – 54) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการบริการด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ตามสมมติฐานที่การวิจัยตั้งไว้ปรากฏผลดังนี้

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงย่อมเป็นผู้ที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ใกล้เคียงกัน บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริการและการจัดการโดยเน้นเป้าหมายของการสร้างสรรค์ให้เกิดคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545: 40 – 54) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา

ท่าทาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสราวุธ ประภายนต์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทศนคติในการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร : การศึกษา บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด พบว่า ผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อ การใช้บริการประกันภัยรถยนต์โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหม รถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 - 24 ปี 25 - 35 ปี และ 36 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนก สินไหมรถยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 - 24 ปี 25 - 35 ปี และ 36 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนก สินไหมรถยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 - 24 ปี 25 - 35 ปี และ 36 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ และด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้อง กับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์ด้านประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 18 - 24 ปี และ 25 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วกานดา แสงพลสิทธิ์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ ศึกษาความพึงพอใจต่อการประกันอัคคีภัย บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ มีความ พึงพอใจในการใช้บริการประกันอัคคีภัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้ง ไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการ ให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจ ส่วนตัว/เกษตรกรโดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ และด้านพนักงาน

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านประชาสัมพันธ์ ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546: 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์โดยรวมมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้ำที่รายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีความพึง

พอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านพนักงานและด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านพนักงานมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ ลูกค้าที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสหพล ปฐมกุล (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของผู้เอาประกันภัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรยยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ มีดังนี้

1. ด้านการให้บริการ ควรจัดให้มีความเพียงพอของจำนวนพนักงานสำหรับบริการลูกค้าให้บริการลูกค้าตามคิวก่อน – หลัง และความทันสมัยในการนำเอาเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การออนไลน์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตให้มากกว่านี้
2. ด้านพนักงาน พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ความแม่นยำ ถูกต้องของพนักงานในการเสนอบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าพอใจ และความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการให้บริการให้มากกว่านี้
3. ด้านประชาสัมพันธ์ ควรมีการแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหมรยยนต์ที่น่าสนใจในสื่อ เช่น ไปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต และหนังสือพิมพ์ บริการข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนับสนุนค่าใช้จ่าย

สำหรับคนพิการ มูลนิธิต่าง ๆ และมีการออกบูทแนะนำบริการของแผนกสินไหมรถยนต์ตามเทศกาล

4. ด้านอาคารสถานที่ ควรจัดให้ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ มีการติดป้ายชื่อสำนักงานให้เห็นได้ชัดเจน ความสะอาดของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ มีรสนิยมในการจัดตกแต่งสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ การจัดสถานที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอและเป็นสัดส่วน และการจัดสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์มีความเป็นระเบียบ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การดำเนินงานของ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน ควรมีการศึกษาค้นคว้าในเรื่องต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ทุก ๆ แผนก
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพต่อไป
3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงาน บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพต่อไป
4. จากเรื่องทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ มีตัวแปรอิสระควรเพิ่มจากเดิมอีก เช่น ประเภทของรถที่ใช้ ประเภทของการเอาประกัน เป็นต้น และตัวแปรตามควรเพิ่มจากเดิม เช่น ด้านการส่งมอบรถ ด้านการให้บริการระหว่างรอซ่อม ด้านคุณภาพการซ่อมและบริการและด้านการให้บริการของพนักงานรับรถ
5. เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ เพื่อขยายสาขาเพิ่ม



บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชบัญชา. (2546). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (กรณีศึกษา : โรงพยาบาลวิภาวดี). การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. บธ.บ. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กาญจนา ภาสุพันธ์. (2538). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายในวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดกรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 8. ปริญญาโท กศ.ม. (จิตวิทยาแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- แก้วกานดา แสงพลสิทธิ์. (2546). ความพึงพอใจต่อการประกันอัคคีภัย บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จตุรงค์ โยมรัตน์. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนเศรษฐกิจ 1 สมุทรสาคร. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิราภรณ์ สัตถาผล. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- จุมพล สัตยาภรณ์. (2542). ทักษะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.วิทยานิพนธ์. บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- แจ่มจันทร์ ณ ภาพสินธุ์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์ มหามบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2523). เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และ สังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ สุขเจริญวิภารัตน์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- दनัย เทียมพุ่ม. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ O.N.G.
- ดวงดาว บุญบันดาล. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท ไทย สมุทรประกันชีวิต จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนียา ชื่นนิรันดร์. (2544). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารใน เขตอำเภอเมืองบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. ปรินิพนธ์ ฐป.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ธัญวรัตน์ ฤทธนรินทร์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ ฐป.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นรรัตน์ โกศลวิตร. (2541). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงเทพฯ พาณิชยการ จำกัด สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ฐป.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์ ฐป.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2548). เอกสารประกอบการเรียนวิชาสัมมนาการวิจัยธุรกิจศึกษา. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ปฐมพงศ์ ปราบีประชากรษา. (2543). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ศป.ม.
(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี กิรติธร. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ. บธ.ม.
มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มณฑนา อันแสง. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการรับชำระค่าบริการ ณ สำนักงาน
บริการโทรศัพท์ในจังหวัดเพชรบุรีที่เข้าสู่ระบบ ISO 9002. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจ
ศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ยุทธ ไกรวรรณ. (2549). สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.
ราชินี นัฏฐาธิระวงษ์. (2547). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
ออมทรัพย์ครูเพชรบุรี จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ:
ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วิภา นาคนิมิตรรุ่ง. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบัตรเงิน. ปรินิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วีรพล รัตนภาสกร. (2537). ความพึงพอใจของประชาชนเมืองชลบุรี. ภาคนิพนธ์. รายงาน
การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- วีระพงษ์ เฉลิมวิระวัฒน์. (2538). การบริการประชาชนทำได้ไม่ยาก. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย
จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช. ภาคนิพนธ์ ศป.ม.
(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
ถ่ายเอกสาร.
- ประกันภัยศรีเมือง. (2551: Online). <http://www.srimuang.co.th>.
- สมชาติ กิจยรรจง. (2536). ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า. กรุงเทพฯ: วีระป้อมวรรณกรรม.

- สราวุธ ประภานันต์. (2544). ทศนคติในการให้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้ให้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สหพล ปฐมกุล. (2551). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของผู้เอาประกันภัยในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. ปรินญาณินพนธ์ ศศ.ม. (ศิลปศาสตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิชาติ อำมาตย์หิน. (2543). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการบริการตลาดข้าวของตลาดกลางผลิตเกษตรกร ประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ วท.ม. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- สุนิดา รัตนโกลม. (2539). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ร้านค้าโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัด นครศรีธรรมราช. ปรินญาณินพนธ์ ศศ.ม. (ไทยศึกษา). สงขลา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้. ถ่ายเอกสาร.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2541). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัฒน์ ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- อดิเรก พงษ์กาอี. (2540). ความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุขของประชาชนที่มีบัตรประกันสุขภาพโดยความสมัครใจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ปรินญาณินพนธ์ ศศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อรุณี สุขเรือง. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉรา ไทบุญ. (2534). ระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

Freemantle, David (1993). *Incredible Customer Service*. New York: McGraw Hill Book Company.

Good. (1987). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York: McGraw – Hill Book.

Jan J. Kerssens and Peter P. Groenewegen. (2003).

<http://www.nivel.nl/pdf/Consumerchoice.pdf>.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management : The Millennium Education*. 10th ed. Englewood. Chiffs: Prentice - Hall Inc.

Maslow. A.H. (1968). *Towards A Psychology of Being*. New Jerssy: D. Van. Nosstrand. Company Inc.

Mellet, John D. (1954). *Management in the Public Services : The Ouest for Effective Performance*. New York: McGraw – Hill Book Company.

Morse, Nancy C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michgan: University of Michlgan.

Pen Chansky; & Thomas. (1961). *The Concept of Acuss Defition and Relarionship to Cpnsuner Satisfaction*. Medical Came. Vol.72.

Zikmund, W. G. (2000). *Exploring Marketing Research*. 7th ed. New York: The Dryden Press.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์
บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่**

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ มีทั้งหมด 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของลูกค้า

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้านคือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับ	5	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ	4	มีความพึงพอใจมาก
ระดับ	3	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ	2	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับ	1	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2. คำตอบของลูกค้าจะไม่มีผลกระทบต่อลูกค้าทั้งสิ้น แต่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นข้อมูลในการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม และนำมาพัฒนาปรับปรุงการบริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อทุกส่วน เพื่อความสมบูรณ์ในการประมวลผลการวิจัยทางการศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด ต่อไป

4. ผู้วิจัยขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของลูกค้าทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวศรินยา ลิ้มสุวรรณ

นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะสังคมศาสตร์ สาขาวิชาเอกธุรกิจศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐

1.1 ชาย

☐

1.2 หญิง

2. อายุ

☐

2.1 18 – 24 ปี

☐

2.2 25 – 35 ปี

☐

2.3 36 – 50 ปี

☐

2.4 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐

3.1 นิสิต/นักศึกษา

☐

3.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐

3.3 รับจ้าง/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐

3.4 ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกรรม

4. รายได้ต่อเดือน

☐

4.1 ไม่เกิน 10,001 บาท

☐

4.2 10,001 – 20,000 บาท

☐

4.3 20,001 – 30,000 บาท

☐

4.4 มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหม
รถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ ด้าน
การให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ ลักษณะ
ของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดย
กำหนดเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- ระดับ 5 มีความพึงพอใจมากที่สุด
- ระดับ 4 มีความพึงพอใจมาก
- ระดับ 3 มีความพึงพอใจปานกลาง
- ระดับ 2 มีความพึงพอใจน้อย
- ระดับ 1 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านการให้บริการ					
1	แผนกสินไหมรถยนต์มีข้อมูลพร้อมเสมอในการให้บริการ					
2	ข้อมูลได้รับการปรับให้เป็นปัจจุบัน					
3	เวลาเปิด - ปิดบริการเหมาะสม					
4	การติดตามเอาใจใส่งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
5	ความเพียงพอของจำนวนพนักงานสำหรับบริการลูกค้า					
6	ให้บริการลูกค้าตามคิวก่อน - หลัง					
7	ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค					
8	ความถูกต้องของเอกสารในการบริการ					
9	แผนกสินไหมรถยนต์ให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ					
10	ระบบการให้บริการลูกค้ามีความคล่องตัว					
11	แผนกสินไหมรถยนต์ให้บริการรวดเร็ว					
12	ความสามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการอื่น ๆ					
13	ความทันสมัยในการนำเอาเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การออนไลน์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต					

ข้อ	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านพนักงาน					
1	การแต่งกายสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน					
2	ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน					
3	ความมีกิริยามารยาทและอัธยาศัยไมตรี					
4	ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการให้บริการ					
5	ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการ					
6	พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ					
7	ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ					
8	ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน					
9	ความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในการเสนอบริการ ต่างๆ ให้ลูกค้าพอใจ					
10	พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงประเด็น					
11	ความสามารถของพนักงานในการสร้างบรรยากาศแห่ง ความเป็นมิตรที่ดี					
	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1.	การแจ้งข่าวสารการให้บริการใหม่ ๆ ของแผนกสินไหม รถยนต์ที่น่าสนใจในสื่อ ต่อไปนี้					
	1.1 โทรทัศน์					
	1.2 โปสเตอร์					
	1.3 อินเทอร์เน็ต					
	1.4 หนังสือพิมพ์					
	1.5 แผ่นพับ					
2.	การจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของแผนกสินไหม รถยนต์					
3.	บริการข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง					
4.	ลูกค้าได้รับข้อมูลจากแผนกสินไหมรถยนต์ที่มีสาระเป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า					
5	การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนับสนุน ค่าใช้จ่ายสำหรับคนพิการ มูลนิธิต่าง ๆ					

ข้อ	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของแผนกสินไหมรถยนต์	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.	มีการออกบูทแนะนำบริการของแผนกสินไหมรถยนต์ตาม เทศกาล					
7.	การปฏิบัติหน้าที่ของแผนกสินไหมรถยนต์ช่วยเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ที่ให้แก่บริษัท					
ด้านอาคารสถานที่						
1	ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งของสำนักงานแผนกสินไหม รถยนต์					
2	มีการติดป้ายชื่อสำนักงานให้เห็นได้ชัดเจน					
3	ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์					
4	ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ					
5	ความสะอาดของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์					
6	ความกว้างขวางของสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์					
7	มีรสนิยมในการจัดตกแต่งสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์					
8	การจัดสถานที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอและเป็น สัดส่วน					
9	สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ					
10	มีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน					
11	การจัดสำนักงานแผนกสินไหมรถยนต์มีความเป็นระเบียบ					
12	สามารถติดต่อแผนกสินไหมรถยนต์ได้อย่างสะดวก					

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์พิเศษ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรืองลักษณ์ โรจนพันธ์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ภาคผนวก ค
หนังสือขอความอนุเคราะห์เชิญผู้เชี่ยวชาญและ
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย
หนังสือขออนุญาตหน่วยงานทำสารนิพนธ์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/ 1130

วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวศรินยา ลิมสุวรรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่” โดยมี อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เริงลักษณ์ โรจนพันธ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศรินยา ลิมสุวรรณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/ 1131

วันที่ ๒ กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวศรินชา ลิ้มสุวรรณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่” โดยมี อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศรินชา ลิ้มสุวรรณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/2177



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

3 มีนาคม 2552

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายธุรการและทรัพยากรบุคคล บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวศรินชา ลิ้มสุวรรณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่” โดยมี อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่มาติดต่อ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด จำนวน 240 คน ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่ ในระหว่างเดือนมีนาคม 2552

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวศรินชา ลิ้มสุวรรณ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5067

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-870-8990



ที่ ศธ 0519.11.02/179

ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

4/ กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขออนุญาตให้นิสิตรดับบัณฑิตศึกษาทำสารนิพนธ์

เรียน คุณเพชร นุชชาวิทยาพร

ผู้อำนวยการฝ่ายธุรการและทรัพยากรบุคคล บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด

ด้วย นางสาวศรินยา ลิ่มสุวรรณ รหัส 50199080436 นิสิตหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ภาคพิเศษ มีความประสงค์จะทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของแผนกสินไหมรถยนต์ บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่” ทั้งนี้ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ จึงขออนุญาตให้ นางสาวศรินยา ลิ่มสุวรรณ ทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าวและขอความอนุเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำสารนิพนธ์ ในการนี้ถ้าหากท่านอนุญาตให้ นางสาวศรินยา ลิ่มสุวรรณ ทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าวได้ ขอความอนุเคราะห์ตอบกลับมายังภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นลายลักษณ์อักษรด้วยจะขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด)

หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ

โทร. 0 2649-5000 ต่อ 5548, 5530

โทรสาร. 0 2664-0193-4



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวศรินยา ลิ่มสุวรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	30 พฤศจิกายน 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	31 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางแพ้ว จังหวัดเพชรบุรี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ประกันภัยศรีเมือง จำกัด สำนักงานใหญ่
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	เจ้าหน้าที่ Call Center
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	มัธยมศึกษา จากโรงเรียนวชิรธรรมโศภิต จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2549	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การโรงแรมและการท่องเที่ยว) จากมหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551	ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2552	ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร