

ความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้าน ประกันภัยรถยนต์

สารนิพนธ์
ของ
นางเชาวรีย์ สโตน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.5720065

87380

ร.3

ความคาดหวังและการให้บริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้าน ประกันภัยรถยนต์

11 พ.ย. 2546

บทคัดย่อ
ของ
นางเขาวรีย์ สโตน
2

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2546

h 231480

เชาวริย์ สโตน. (2546). ความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ การวิจัยครั้งนี้พิจารณาจากเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยพิจารณาร่วมกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้จากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง 398 คน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของลูกค้าและระดับผลการบริการที่ลูกค้าได้รับการบริการ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทางสถิติแบบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันกับเพศหญิง ในอัตราส่วน 51.5 : 48.5 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 28-37 ปี มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้างพนักงาน/บริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000-19,999 บาท ผลการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวมในด้าน 5 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

2. ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับการให้บริการโดยรวมในด้าน 5 ด้าน อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

3. เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการ และผลการบริการที่ได้รับทั้งผลรวมและรายด้านพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการของลูกค้าสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการบริการที่ได้รับ หมายถึงคุณภาพบริการต่ำกว่าความคาดหวัง โดยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีคุณภาพบริการต่ำที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

4. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีเพศ อายุ และสถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีเพศ สถานภาพการสมรส และอาชีพแตกต่างกัน ได้รับการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมและรายด้านสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ไม่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ควรทำการปรับปรุงคุณภาพในการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แล้วทำการวิจัยอีกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณภาพในการบริการทั้ง 5 ด้านนี้ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจโดยรวมในการเข้ารับบริการ เพื่อช่วยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสมต่อไป

**CUSTOMERS' EXPECTATION AND ACTUAL SERVICE RECEIVED FROM
AVIVA INSURANCE (THAI) CO., LTD. FOR MOTOR INSURANCE**

**AN ABSTRACT
BY
MRS. CHAOWAREE STONE**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
October 2003**

Chaowaree Stone. (2003). *Customers' Expectation And Actual Service received From Aviva Insurance (Thai) Co., Ltd. For Motor Insurance*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc. Prof. Sirivan Serirat.

The objective of this research was to study and compare customer expectation and actual service received from Aviva Insurance (Thai) Co., Ltd. for motor insurance. This research considered the dimensions of service quality, which includes tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Moreover, this research also considered demographic character factors, which consisted of gender, age, status, education level, occupation and income.

The sample group of this study was 398 customers who used the services of Aviva Insurance Co., Ltd. The study applied to each member of the sample group a questionnaire which contained 3 parts: 1) data of individual characteristics of customers; 2) expected levels of customer service versus actual levels of customer services received; and 3) comments and suggestions of the customers.

The data was analyzed by using SPSS for Windows program. Statistical analyses included frequencies, percentages, means, standard deviations, t-tests and one-way analysis of variance.

This study showed the following demographic data: a slight majority of the customers using the services were male, compared to female customers in a ratio of 51.5 : 48.5; there was an age range between 28-37 years; most were married; most had a bachelor's degree; most were private company employees; average monthly incomes ranged between baht 10,000-19,999. The study analysis gave the following results:

1. The highest expectation of customer service quality, when segmented by the five service quality dimensions, was first reliability followed respectively by assurance, empathy, tangibles, and responsiveness.
2. The highest actual service quality received by customers, when segmented by the five service quality dimensions, was first reliability followed respectively by empathy, assurance, tangibles, and responsiveness.
3. Customer expected service was higher than the actual service quality received when compared. The lowest difference between actual service quality received and expected service was responsiveness followed respectively by assurance, empathy, reliability, and tangibles.
4. Customers having different gender, age categories and marital status had no statistically significant difference for expectation in service quality.
5. Customers having different education levels, occupation and average monthly incomes had a statistically significant difference of 0.05 for expectation in service quality.
6. Customers having different gender, marital status and occupation had no statistically significant difference for actual service received.

7. Customers having different age, education levels and average monthly incomes had a statistically significant difference of 0.05 for actual service received.

8. The customers' expectations were higher than the actual service received with a statistically significant difference of 0.05. It could be concluded that the customers of Aviva Insurance (Thai) Co., Ltd. for motor insurance did not receive sufficient satisfaction for the services in tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The suggestions, from this research study of Aviva Insurance (Thai) Co., Ltd. were: first, the service qualities provided in order of responsiveness, assurance, empathy, reliability and tangibility, need improving. Second, a study should be conducted after the suggested improvements in order to ensure that customers are aware of these five upgrades in quality of services offered. This should lead to an overall increase in customer satisfaction for services received. Third, an in-depth analysis of customer behavior regarding service requirements should be conducted in order to determine suitable target customers in the future.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
.....

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
.....

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....
.....

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....
.....

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

.....
.....

(อาจารย์ วรินทร์า ศิริสุทธิกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
.....

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ 16 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาอนุเคราะห์ และช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก
รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุดตา หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ และ อาจารย์ วริตรา ศิริสุทธิกุล กรรมการ
สอบ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และข้อแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้สาร
นิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหาร บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่ให้การสนับสนุนในการ
ศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ และขอขอบคุณพนักงานบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ทุก
ท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ความรู้มา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาค
วิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน และขอขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโท
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ สำหรับกำลังใจที่มีให้กันตลอดมา

ที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดา สำหรับการอบรมเลี้ยงดู การให้
ความรัก ความเอาใจใส่ และขอขอบพระคุณพี่น้องและสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่เป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่แก่
ผู้วิจัย จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้ คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ขอมอบแด่ บุพการี และ
ผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางเชาวรีย์ สโตน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริการและคุณภาพการบริการ.....	8
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง.....	17
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	19
ประวัติการประกันภัย.....	20
บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด.....	32
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การนำเสนอผลวิเคราะห์.....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	108
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	109
สมมุติฐานในการวิจัย.....	109
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	109
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	109
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	110
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	111
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	111
สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	114
อภิปรายผล.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	122
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	124
บรรณานุกรม.....	125
ภาคผนวก.....	128
ภาคผนวก ก.....	129
ภาคผนวก ข.....	136
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	139

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน.....	40
2	จำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	47
3	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	49
4	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการ ที่ผู้ใช้บริการได้รับในการบริการรวม 5 ด้าน จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	50
5	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการ ที่ผู้ใช้บริการได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	51
6	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ ผู้ใช้บริการได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัดด้านประกันภัยรถยนต์.....	53
7	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ ผู้ใช้บริการได้รับในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	54
8	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ ผู้ใช้บริการได้รับในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	55
9	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ ผู้ใช้บริการได้รับในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	56
10	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในการบริการ และผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์.....	57
11	เปรียบเทียบความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ.....	58
12	วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ.....	59

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

25	เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	74
26	เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	75
27	เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	77
28	เปรียบเทียบการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ.....	79
29	วิเคราะห์ความแปรปรวนระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ.....	80
30	เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	81
31	เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	82
32	เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	83
33	วิเคราะห์ความแปรปรวนการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	84
34	เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	85
35	วิเคราะห์ความแปรปรวนการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	86
36	เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	87

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้าน ลักษณะทางกายภาพ.....	102
49	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้าน ความเชื่อถือได้ ในการบริการ.....	103
50	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า.....	104
51	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้าน ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ.....	105
52	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้าน ความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า.....	106
53	เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์คุณภาพ บริการโดยรวม.....	107
54	สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	119

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 รูปแบบของการตลาด 3 แบบในอุตสาหกรรมการให้บริการ.....	11
3 แสดงความต่อเนื่องของการประเมินผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ.....	12
4 โมเดลคุณภาพของการบริการ.....	13
5 มิติของการประเมินคุณภาพการบริการ.....	16
6 แสดงช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่รับรู้ได้เพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	17

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

รถยนต์นั่งส่วนบุคคลนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนในกรุงเทพมหานคร โดยจะเห็นได้จากปริมาณการผลิตรถยนต์ของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทย แม้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยจะเป็นหนึ่งในหลายอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี 2540-2541 จนถึงขั้นต้องลดจำนวนแรงงาน ปิดสายการผลิตบางส่วน แต่ปัจจุบันจะเห็นว่า อุตสาหกรรมนี้สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวค่อนข้างสูงอย่างต่อเนื่อง และหลังจากที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศเริ่มฟื้นตัว ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อภาวะเศรษฐกิจเริ่มกลับคืนมาอีกครั้งทำให้มีกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

ในปี 2544 การผลิตรถยนต์โดยรวมของไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 459,418 คัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 11.6 โดยการผลิตรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 60.6 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ ปี 2544 มีจำนวนทั้งสิ้น 297,136 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 13.3 โดยจำหน่ายรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 25.8 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2546) สาเหตุส่วนหนึ่งเนื่องมาจากผู้บริโภคปรับเปลี่ยนมานิยมใช้รถยนต์นั่งมากขึ้น จากเดิมที่นิยมใช้รถยนต์เพื่อการพาณิชย์มาก ประกอบกับนโยบายสนับสนุนการลงทุนของภาครัฐในเรื่องการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และเงินออมยังมีแนวโน้มต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2546 ส่งผลให้ความสามารถในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีมากขึ้น

ปัจจุบันนี้อุบัติเหตุในท้องถนนที่เกิดขึ้นเนื่องจากรถยนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากความเจริญทางด้านวัตถุและเทคโนโลยี มีการสร้างถนนและขยายเส้นทางของการขนส่งโดยรถยนต์ เพื่อรองรับจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อุบัติเหตุจากรถยนต์จึงเกิดขึ้นเสมอและเพิ่มจำนวนขึ้น การเกิดอุบัติเหตุแต่ละครั้งทำให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สิน และบาดเจ็บต่อร่างกายทั้งของผู้ขับขี่รถยนต์ และแก่บุคคลอื่น ๆ มีผลกระทบให้ธุรกิจที่ประกอบการอยู่ได้รับความเสียหาย มีวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดความเสียหายทางการเงินที่เกิดจากอุบัติเหตุดังกล่าวได้ คือ การทำประกันภัยรถยนต์ไว้กับบริษัทประกันภัย

การประกันภัยรถยนต์จะช่วยให้ผู้เอาประกันภัยได้รับความสะดวกไม่ต้องเสียเวลากับการโต้เถียงกับคู่กรณี ผู้เอาประกันภัยจะได้รับการชดเชยค่าสินไหมทดแทนจากความเสียหายที่เกิดขึ้น และผู้รับประกันภัยจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้กับผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการกระทำของผู้เอาประกันภัย ซึ่งเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้เบี้ยประกันภัยรับโดยตรงของการประกันภัยรถยนต์ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2545 ประมาณ 18,786 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 4.34 และจากการวิเคราะห์คาดว่าในปี พ.ศ. 2545 จะมีเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงรวมประมาณ 33,853 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 5.8 จากสถานการณ์การจำหน่ายรถยนต์ของปีพบว่าในช่วง มกราคม-กรกฎาคม มีการขยายตัวถึงร้อยละ 32.5 และคาดว่าจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องต่อไป จากปัจจัยสนับสนุนด้านอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ประโยชน์นโยบายทางภาษีทำให้รถยนต์บางประเภทราคาถูกลง รวมทั้งความเชื่อมั่นของบริโภคที่ปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตามการปรับลดอัตราดอกเบี้ยประกันภัยรถยนต์ (ภาคบังคับ) อีกครั้ง เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2545

หลังจากมีการปรับไปแล้ว 2 ครั้งในปี พ.ศ. 2544 ยังคงส่งผลกระทบทางลบต่อเบี้ยประกันภัยรถยนต์ในปีนี้อีกเล็กน้อย แนวโน้มปี พ.ศ. 2546 คาดว่าเบี้ยประกันรถยนต์รับโดยตรงจะมีประมาณ 35,490–36,850 ล้านบาท หรืออัตราการขยายตัวระหว่างร้อยละ 4.8 ถึงร้อยละ 8.8

กรมการประกันภัยรายงานเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงรถยนต์ (ภาคบังคับ) ครั้งแรกของปี พ.ศ. 2545 มีทั้งสิ้น 3,344 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.45 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 ประมาณการในปี พ.ศ. 2545 เบี้ยประกันรับโดยตรงจะมีทั้งสิ้น 7,220 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 5.9 ทั้งนี้เป็นผลจากการปรับปรุงอัตราเบี้ยประกันภัย เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2545 ส่วนแนวโน้มปี พ.ศ. 2546 คาดว่าอยู่ประมาณ 7,350–7,540 ล้านบาท หรือขยายตัวระหว่างร้อยละ 1.8 ถึง ร้อยละ 4.4 (หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงเบี้ยประกันภัยในปี พ.ศ. 2546)

เบี้ยประกันภัยรับโดยตรง (ภาคสมัครใจ) ครั้งแรกของปี พ.ศ. 2545 มีทั้งสิ้น 13,442 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 9.57 ประมาณว่าในปี พ.ศ. 2545 เบี้ยประกันภัยรับโดยตรงจะมีทั้งสิ้น 26,635 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 9.5 เนื่องจากยอดจำหน่ายรถยนต์มีอัตราการขยายตัวในระดับสูงจนถึงสิ้นปี ส่วนแนวโน้มของปี พ.ศ. 2546 คาดว่าเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงทั้งสิ้นมีประมาณ 28,140–29,310 ล้านบาท หรือขยายตัวระหว่าง ร้อยละ 5.7 ถึงร้อยละ 10.0 ซึ่งประมาณการดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานที่ยอดขายรถยนต์ในปีหน้าจะยังคงขยายตัวได้ต่อเนื่อง แต่อัตราการเติบโตจะชะลอตัวลงจากปีนี้ (รายงานภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มธุรกิจประกันภัย ปี 2545-2546 ฝ่ายวิจัย บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน))

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องข้างต้น ประกอบกับธุรกิจประกันภัยไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมากขึ้นเป็นลำดับ เนื่องด้วยผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงระดับโลก อาทิ การเปิดเสรีทางการค้าทำให้ธุรกิจจากต่างประเทศซึ่งมีศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันที่สูงกว่าสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศมากขึ้น ประชาชนมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นและมีความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดีจากภาคธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจประกันภัยจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาตนให้มีความสามารถในการแข่งขันและสามารถให้บริการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้าจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารในการกำหนดนโยบาย วางแผน ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อรักษฐานลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันและสามารถเปลี่ยนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมาเป็นลูกค้าในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการบริการประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบความคาดหวังกับการได้รับบริการจริงของลูกค้าผู้ถือกรรมสิทธิ์ประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวิจัยโครงการนี้ จะสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์สำหรับ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ดังนี้

1. ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการปรับปรุงและการวางแผนในการบริหารคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหาร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งมีทั้งหมดประมาณ 82,955 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีเปิดตาราง Yamane (Taro Yamane, 1967 : 886) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 398 และสำรองไว้ 5% ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 20 คน เพื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเจาะจง (Judgement Sampling) โดยสอบถามเฉพาะลูกค้าประกันภัยรถยนต์บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด และดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2. อายุ

1.2.1 18 – 27 ปี

1.2.2 28 – 37 ปี

1.2.3 38 – 47 ปี

1.2.4 48 ปี ขึ้นไป

1.3 สถานภาพ

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.4 ระดับการศึกษา

- 1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 1.4.2 ปริญญาตรี
- 1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

- 1.5.1 นักศึกษา
- 1.5.2 ข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.5.3 รับจ้างพนักงานบริษัทเอกชน
- 1.5.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัวเจ้าของกิจการ

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.6.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 1.6.2 10,000 – 19,999 บาท
- 1.6.3 20,000 – 29,999 บาท
- 1.6.4 30,000 – 39,999 บาท
- 1.6.5 40,000 – 49,999 บาท
- 1.6.6 50,000 บาท ขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ความคาดหวังของลูกค้าในการบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1.1 ความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะกายภาพ
- 2.1.2 ความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ
- 2.1.3 ความคาดหวังในการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
- 2.1.4 ความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ
- 2.1.5 ความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

2.2 ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 2.2.1 ผลการบริการที่ได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ
- 2.2.2 ผลการบริการที่ได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ
- 2.2.3 ผลการบริการที่ได้รับในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
- 2.2.4 ผลการบริการที่ได้รับในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ
- 2.2.5 ผลการบริการที่ได้รับในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

การประกันภัย

หมายถึง การกระจายความเสี่ยงภัยอย่างหนึ่ง

ผู้รับประกัน

หมายถึง บริษัทคู่สัญญาที่ตกลงจะชดใช้สินไหมทดแทน หรือเงินจำนวนหนึ่งให้

ผู้เอาประกัน

หมายถึง คู่สัญญาที่ตกลงจะส่งเบี้ยประกัน

ลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการ

หมายถึง บุคคลที่ถือกรรมสิทธิ์ประกันภัยรถยนต์ของบริษัทแล้ว

เบี้ยประกัน

หมายถึง เงินที่นำส่งบริษัท

สินไหมทดแทน

หมายถึง เงินจำนวนหนึ่งที่บริษัทจ่ายให้ในกรณีที่มีผู้เอาประกันเกิดความเสียหาย

ความคาดหวัง

หมายถึง การคาดการณ์หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้าของลูกค้าที่เข้ารับบริการ และใช้การคาดหวังเป็นแนวทางในการประเมินผลในการบริการ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

บริการที่รับรู้ได้

หมายถึง การที่ลูกค้าที่รับบริการประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด และประเมินถึงระดับการบริการที่ตนได้รับจากการใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ

หมายถึง การเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังจากการใช้บริการ และผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้จากการใช้บริการ หากความคาดหวังจากการบริการต่ำกว่าหรือเท่ากับผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการใช้บริการ จะหมายถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการบริการ

ลักษณะทางกายภาพ (Tangibility)

หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของผู้ให้บริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ เช่น สถานที่จอดรถ สาขาและศูนย์บริการมีเพียงพอ

ความเชื่อถือได้ (Reliability)

หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ว่าจะมีการส่งมอบการบริการที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ตามที่ได้สัญญาไว้ ซึ่งรวมถึงการตรงต่อเวลา ไม่มีข้อผิดพลาด

การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

หมายถึง การแสดงออกถึงความเต็มใจและความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ ที่จะส่งมอบการบริการให้แก่ลูกค้าในทันที และหากเกิดข้อผิดพลาดในการบริการขึ้นก็พร้อมที่จะแก้ไขในทันทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม

ความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance)

หมายถึง ความรู้และความชำนาญงานของผู้ให้บริการที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีความปลอดภัย และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้ง และการให้คำแนะนำที่เหมาะสมแก่ลูกค้าได้

ความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า (Empathy)

หมายถึง ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าโดยการอธิบายถึงรายละเอียดของการบริการ การส่งมอบการบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละคน เวลาที่สะดวกในการติดต่อเพื่อเข้ารับบริการ และสถานที่ตั้งของบริษัท สาขา และศูนย์บริการ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

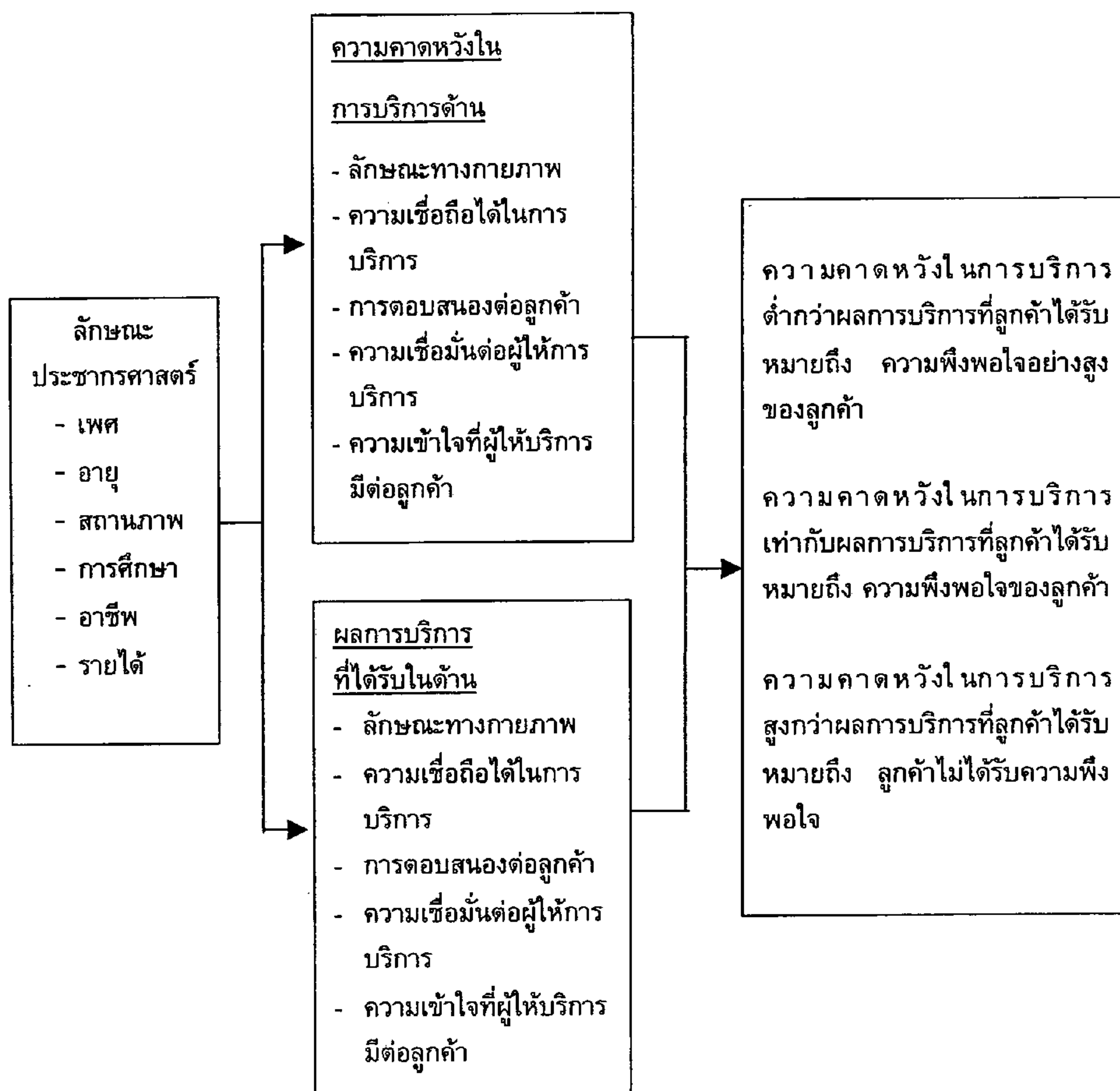
หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้รับการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าบริการที่ได้รับ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อ ต่อไปนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการและคุณภาพการบริการ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
4. ความเป็นมาของการประกันภัย
5. ประวัติความเป็นมาของ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการและคุณภาพการบริการ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการและคุณภาพการบริการ ประกอบด้วยคำจำกัดความของการบริการ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ ลักษณะสำคัญของการบริการ กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การสร้างความแตกต่าง การบริหารคุณภาพการให้บริการ และลักษณะผู้นำด้านการบริการ ที่มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1.1 คำจำกัดความของการบริการ

การทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอคำจำกัดความของการบริการโดยนักวิชาการบางท่านดังต่อไปนี้

1.1.1 การบริการคือ พฤติกรรม, กระบวนการ, และผลงาน โดยซีทฮอมส์และบิทเนอร์ (Zeithaml & Bitner. 1996 : 5)

1.1.2 บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 334)

ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1.1.2.1 ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ

1.1.2.2 ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อเช่นบริการถ่ายภาพเอกสาร

1.1.2.3 เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร

1.1.2.4 เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก

1.1.3 การบริการ คือกิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งโดยปกติอาจจะมีสิ่งที่จับต้องได้ (สินค้า) หรือสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย และเป็นการกระทำแบบทวิภาคีร่วมกันระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ หรือแหล่งของวัตถุดิบ หรือแหล่งของสินค้า หรือระบบการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการได้จัดหาขึ้นเพื่อตอบสนองปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า โดยกรอนรูส (Gronroos. 1990 : 27)

1.1.4 การบริการ แสดงถึง ผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ที่แสดงออกมาโดยตรงหรือผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้เมื่อมีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่าง ๆ โดย เรแกน (Rager. 1983 : 57)

1.1.5 คำจำกัดความของสินค้าและบริการมีการแบ่งแยกกันอย่างชัดเจนบนพื้นฐานของคุณสมบัติของตัวมันเอง สินค้านั้นจะเป็นสิ่งที่มีตัวตน จับต้องได้ สามารถเก็บสะสมไว้และโอนย้ายได้ นอกจากนั้นยังสามารถใช้ภายหลังการผลิตขึ้นแล้ว ในขณะที่การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน และยังสามารถสูญสลายได้ การบริการจะต้องเกิดขึ้นในระหว่างที่มีการบวนการบริการเกิดขึ้นหรือภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน ลูกค้าไม่สามารถเก็บสะสมการบริการไว้ภายหลังการผลิตได้ โดยแซสเซอร์, ออลเซ็น และ วายค็อฟฟ (Sasser, Olsen & Wyckoff. 1978 : 8)

1.1.6 บริการ หมายถึง บุคคลหนึ่งปฏิบัติด้วย “การให้” แก่อีกบุคคลหนึ่งหรืออีกหลายๆ คน เพื่อสนองตอบความประสงค์ในเรื่องต่างๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และอย่างมีอัธยาศัย สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับ โดย ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2541 : 8)

1.1.7 ธุรกิจบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ไม่ใช่ตัวสินค้า, การบริโภคจะเกิดขึ้นทันทีที่มีการบริการ และเป็นการจัดหาให้เกิดรูปแบบของการสร้างมูลค่าเพิ่มเช่น ความสะดวก ความเพลิดเพลิน ความเหมาะสมกับเวลา ความสบาย หรือความมีสุขภาพดี ซึ่งความเป็นสิ่งที่ไม่มีความเป็นตัวตนเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งผู้เข้ารับบริการทุกคนตระหนักในครั้งแรกที่ใช้บริการ โดยควินน์, บาร์ช และ พาเค็ต (Quinn, Baruch & Paquette. 1987 : 50)

1.1.8 บริการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง กิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตน และไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งในการบริการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ (สุปัญญา ไชยชาญ. 2542 : 25)

1.2 ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ

เรนเดอร์ และไฮเซอร์ (Render & Heizer. 1997: 11) ได้กล่าวถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการไว้ดังนี้

1.2.1 บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งต่างจากตัวสินค้าซึ่งมีตัวตนและสามารถจับต้องได้

1.2.2 บริการนั้นจะเกิดการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ดังนั้นการบริการจึงไม่มีสินค้าคงเหลือ เช่น หมอทำการรักษาคนไข้ซึ่งคนไข้จะได้รับการบริการในขณะนั้น หรืออยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมรถยนต์ให้กับลูกค้าซึ่งลูกค้าจะได้รับบริการทันทีเช่นกัน

1.2.3 การบริการหลายชนิดจะมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น หมอที่ทำการรักษาคนไข้ก็จะมีความสามารถและความถนัดเฉพาะทางของแต่ละคน หรือ ช่างซ่อมรถยนต์ก็จะมี ความชำนาญเฉพาะด้านแตกต่างกันของแต่ละคน

1.2.4 การบริการจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างสูงจากลูกค้าผู้เข้ารับบริการ และการบริการนั้นยากที่จะกำหนดมาตรฐานได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละคน ดังนั้นผู้ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้ได้ว่าได้ส่งมอบการบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน

1.2.5 การบริการไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจน ดังเช่น สินค้า สินค้าจะมีคำจำกัดความที่ชัดเจนเช่นในกรรมธรรม์ประกันภัยรายละเอียดที่ระบุอยู่ภายในคือสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับความคุ้มครองตามนั้น แต่ถ้า

เป็นการบริการ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้าค่าจำกัดความของการบริการจะไม่แน่นอนจะขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละคน และยังขึ้นอยู่กับแบบแต่ละแบบถึงแม้จะเป็นลูกค้าคนเดียวกัน

1.3 ลักษณะสำคัญของบริการ

การบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ประการซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 335-336)

1.3.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหา เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ได้แก่

1.3.1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อเช่นธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบา ๆ ประกอบด้วย

1.3.1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3.1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.3.1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณา และเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.3.1.5 สัญลักษณ์ (Symbol) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการบริการที่เสนอขาย

1.3.1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการบริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

1.3.2 ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา

1.3.3 ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นกับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

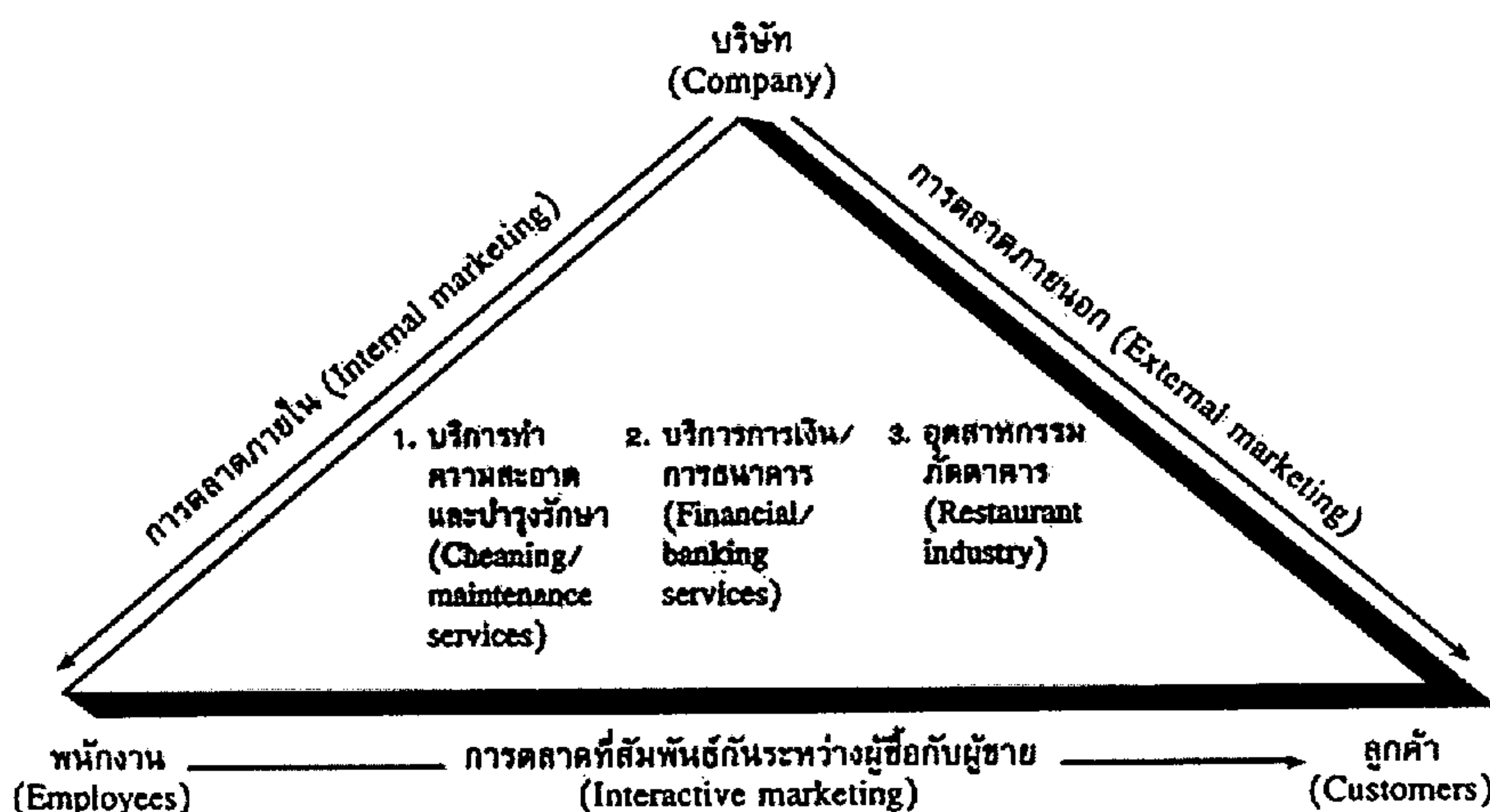
1.3.3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ โดยต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

1.3.3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

1.3.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนสินค้า ความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า

1.4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Strategies for Service Firms)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 435) กล่าวว่า การตลาดธุรกิจบริการจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ ทั้งการตลาดภายใน (Internal Marketing) ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วย และต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External Marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 รูปแบบของการตลาด 3 แบบในอุตสาหกรรมบริการ

ที่มา : Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall. p. 435.

1.4.1 การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัท จะรวมถึงการฝึกอบรมจูงใจพนักงานให้บริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

1.4.2 การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการให้บริการแก่ลูกค้า

1.4.3 การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึงการสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.4.3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical Quality)

1.4.3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional Quality)

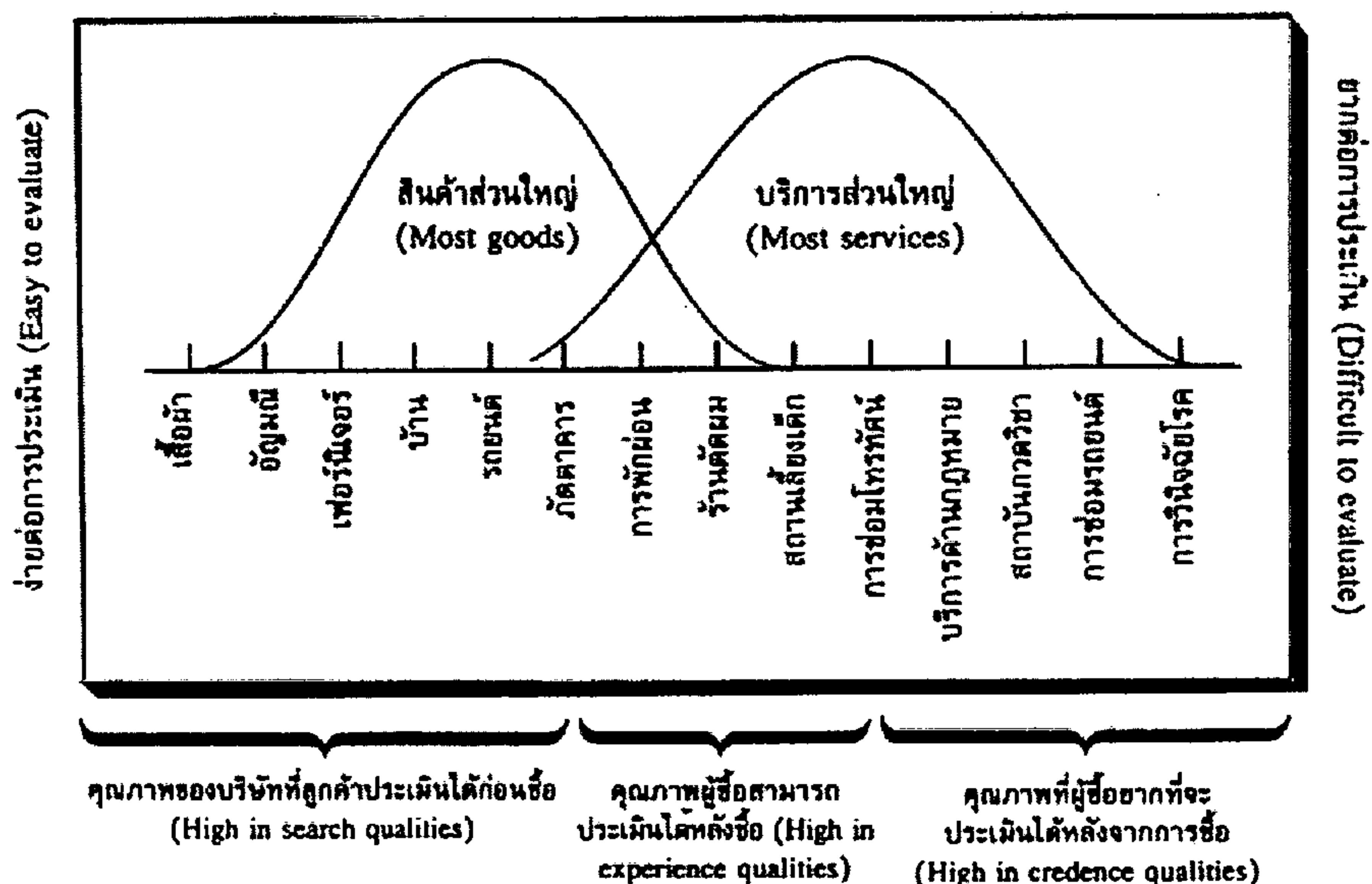
1.4.3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search Quality)

1.4.3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience Qualities) ที่จะประเมินได้ หลังซื้อ

1.4.3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence Qualities) ที่ประเมินได้หลังการให้บริการ

1.5 การสร้างความแตกต่าง (Managing Differentiation)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 436-437) กล่าวว่านักการตลาดในธุรกิจบริการหลายคนมักกล่าวถึงความยากลำบากในการทำการตลาดของธุรกิจบริการโดยการสร้างความแตกต่าง เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานหลักในแต่ละธุรกิจบริการเช่น ธุรกิจสื่อสาร, ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจพลังงาน, และธุรกิจสถาบันการเงินนั้น ยังมีปัจจัยเรื่องการแข่งขันด้านราคาที่ยังรุนแรงเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากบางครั้งลูกค้าเองก็ให้ความสนใจในการให้ส่วนลดมากกว่าการบริการที่ธุรกิจได้จัดหาให้



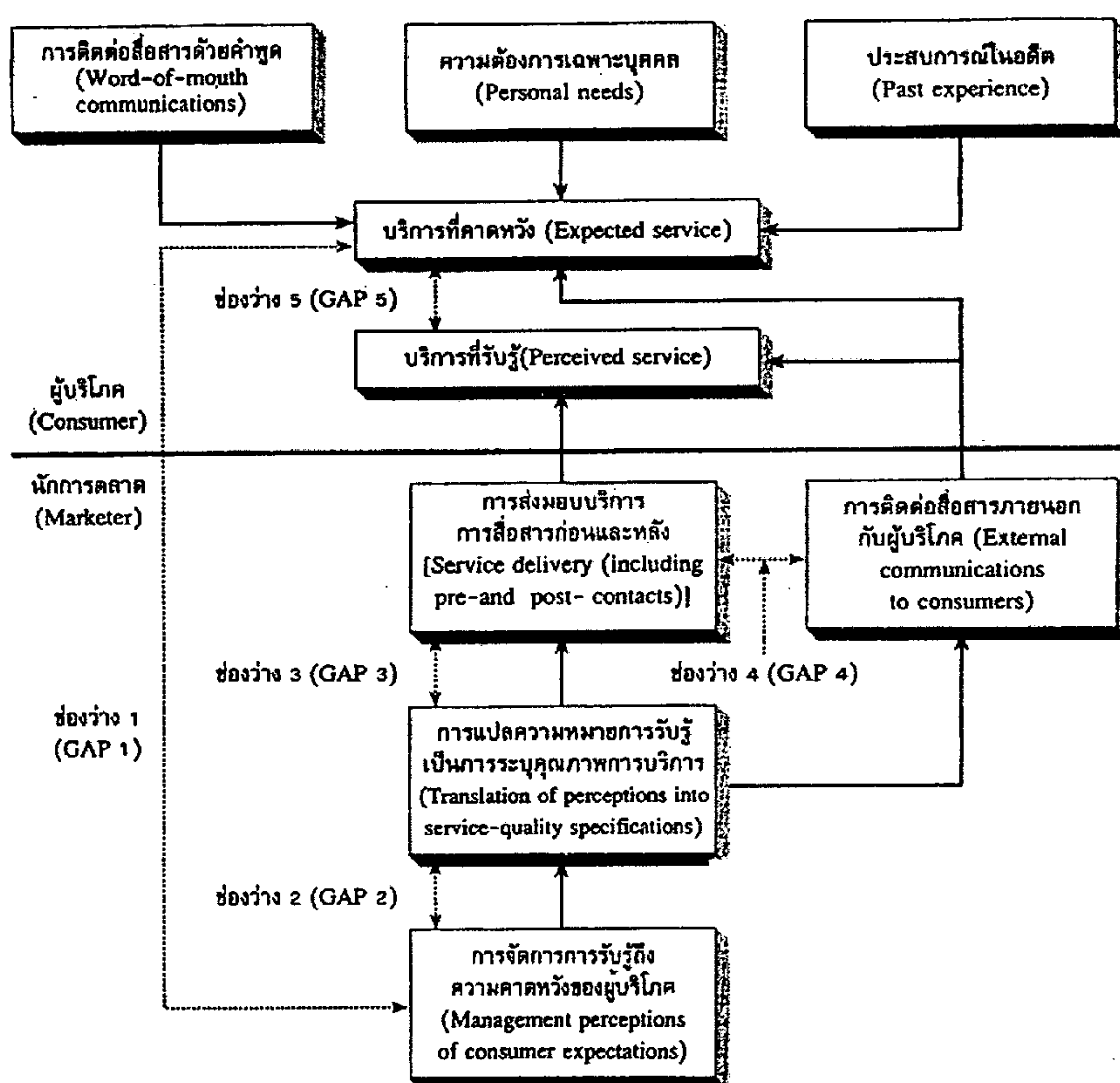
ภาพประกอบ 3 แสดงความต่อเนื่องของการประเมินผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ (Continuum of Evaluation for Different Types of Products)

ที่มา : Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall. p. 436-437.

ธุรกิจในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือธุรกิจสินค้าและธุรกิจบริการ แต่ในธุรกิจบางประเภทก็มีทั้งสองส่วนนี้ประกอบเข้าด้วยกัน จากภาพประกอบ 2 จะพบว่าธุรกิจที่มีส่วนประกอบเป็นสินค้าทั้งหมดนั้น สามารถที่จะประเมินคุณภาพได้โดยง่ายและลูกค้าสามารถที่จะประเมินได้ทันทีทั้งก่อนและหลังจากการซื้อ ซึ่งแตกต่างจากคุณภาพของการบริการที่ยากต่อการประเมิน

1.6 การบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 438-441) กล่าวว่างานสำคัญประการหนึ่งของธุรกิจบริการคือการบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality)



ภาพประกอบ 4 โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service Quality Model)

ที่มา : Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1985, Fall). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*. 49 : 44.

สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการคือ การรักษาระดับการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่งขึ้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ หลังจากใช้บริการแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก

แบบจำลองคุณภาพการให้บริการของ พาราซูราแมน, ซีทฮอล์ม, และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1985 : 41-50) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการสำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ประการดังนี้

1.6.1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของฝ่ายบริหาร (Gap Between Consumer Expectation And Management Perception) จะเกิดขึ้นหากฝ่ายบริหารไม่สามารถรับรู้ได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้จากธุรกิจให้บริการนั้น

1.6.2. ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารและข้อกำหนดคุณภาพการให้บริการ (Gap Between Management Perception And Service-Quality Specifications) จะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายบริหารอาจจะรับรู้ความต้องการของลูกค้า แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานที่เฉพาะเจาะจง

1.6.3. ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ (Gap Between Service-Quality Specification And Service Delivery) จะเกิดขึ้นได้เมื่อพนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงาน ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน หรือบางครั้งมีความสับสนในมาตรฐานของงานแต่ละงานได้

1.6.4. ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap Between Service Delivery And External Communications) ความคาดหวังของผู้บริโภคจะเป็นผลมาจากคำพูดของตัวเอง แทนขาย และการโฆษณาของบริษัท การสื่อสารกับภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์จะมีผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้า

1.6.5. ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap Between Perceived Service And Expected Service) ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะพึงพอใจและใช้บริการซ้ำอีก

1.7 ลักษณะของผู้ให้บริการ

พาราซูราแมน, ซีทฮอล์ม และ แบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1990: 5-8) กล่าวว่าผู้นำด้านการบริการควรมีลักษณะดังนี้คือ

1.7.1 มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการบริการ (Service Vision) คือการมองถึงคุณภาพของการบริการว่าเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้แต่ละองค์กรประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น ๆ โดยมองว่าการให้บริการที่มีคุณภาพอยู่ตลอดเวลา จะเป็นกุญแจสำคัญที่จะสร้างกำไรให้แก่องค์กรได้ และผู้นำจะต้องไม่หยุดยั้งในการพัฒนาคุณภาพในการบริการของตนต่อไป

1.7.2 มีมาตรฐานสูง (High Standard) คือการสร้าง ความแตกต่างในการบริการซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การมีบริการที่ดีเท่านั้น โดยมองเห็นว่าบางครั้งเพียงจุดเล็ก ๆ ที่ให้ความสนใจก็จะสามารถสร้างความ

ประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ และมีความกระตือรือร้นที่จะสร้างการบริการที่ประทับใจให้แก่ลูกค้าในครั้งแรกที่ใช้บริการ มีการพัฒนาความน่าเชื่อถือในการบริการให้เกิดแก่ธุรกิจบริการของตนเอง

1.7.3 มีแบบอย่างผู้นำสนาม (In-The Field Leadership Style) การเป็นผู้นำในการบริการจำเป็นต้องลงไปสัมผัสกับการบริการจริง ๆ ไม่ใช่เพียงแค่การวางแผนสั่งการเท่านั้นซึ่งหมายถึง การใกล้ชิดกับพนักงานผู้ให้บริการ, การให้คำแนะนำ, การยกย่อง, การแก้ไขปัญหา, การสอบถาม, และการรับฟัง เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ ในงานบริการที่เกิดขึ้น โดยจะต้องมีการสร้างและบริหารทีมงานบริการที่ดีด้วย

1.7.4 มีความซื่อสัตย์ (Integrity) ลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของการเป็นผู้นำในการบริการคือความซื่อสัตย์ โดยจะต้องทำในสิ่งที่ถูกต้องแม้ว่าสิ่งนั้นจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น

นักวิชาการกลุ่มนี้ยังได้กำหนดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการว่าจะต้องมีลักษณะ 10 ประการคือ

1) ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึงการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ ที่ใช้ในการบริการเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึงความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการบริการและความเชื่อถือได้ นั้นหมายถึงการที่บริษัทได้ส่งมอบการบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกที่ได้รับบริการ

3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า และยังรวมถึงการให้บริการภายในเวลาที่เหมาะสม

4) ความสุภาพ (Courtesy) หมายถึงผู้ให้บริการมีความสุภาพอ่อนโยนต่อการให้บริการให้การเคารพต่อลูกค้า ให้ความสนใจและเป็นมิตร และมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย

5) ความสามารถ (Competence) หมายถึงการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และมีทักษะที่ดีในการให้บริการ

6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึงความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือที่ลูกค้าจะได้รับและความซื่อสัตย์ที่ผู้ให้บริการจะมีต่อลูกค้า

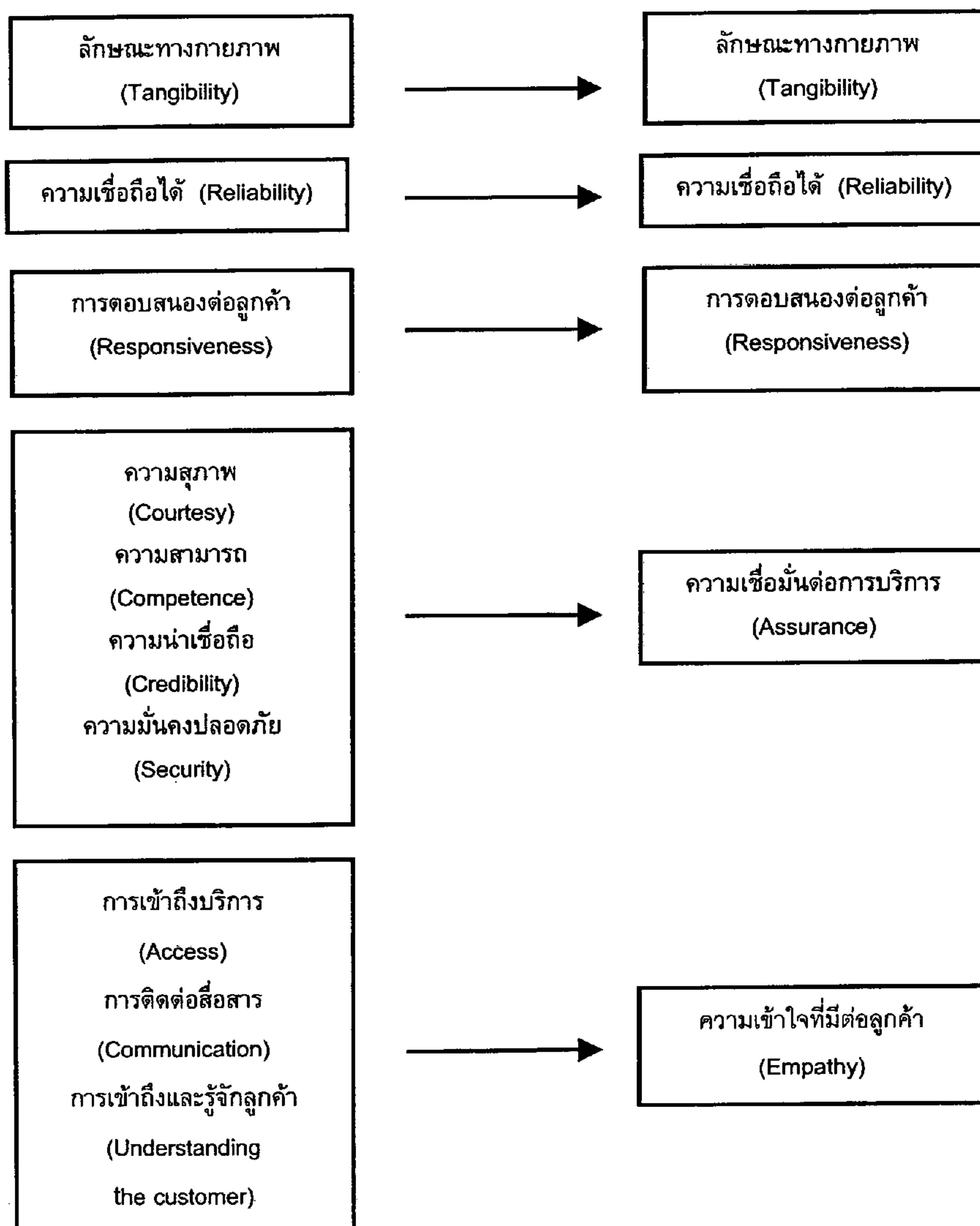
7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึงบริการที่ได้รับจะต้องปราศจากความเสี่ยงสิ่งที่เป็นอันตรายหรือปัญหาต่าง ๆ ต้องให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง

8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ผู้เข้ารับบริการต้องได้รับความสะดวก ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไป ใช้เวลาในการรอคอยน้อย และผู้ให้บริการอยู่ในสถานที่ที่ติดต่อได้สะดวกเวลาที่เปิดและปิดให้บริการมีความเหมาะสม

9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึงการที่ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงการบริการได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และแจ้งรายละเอียดของค่าบริการให้ลูกค้าได้รับทราบ

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding the customer) หมายถึงผู้ให้บริการต้องเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และสนใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ

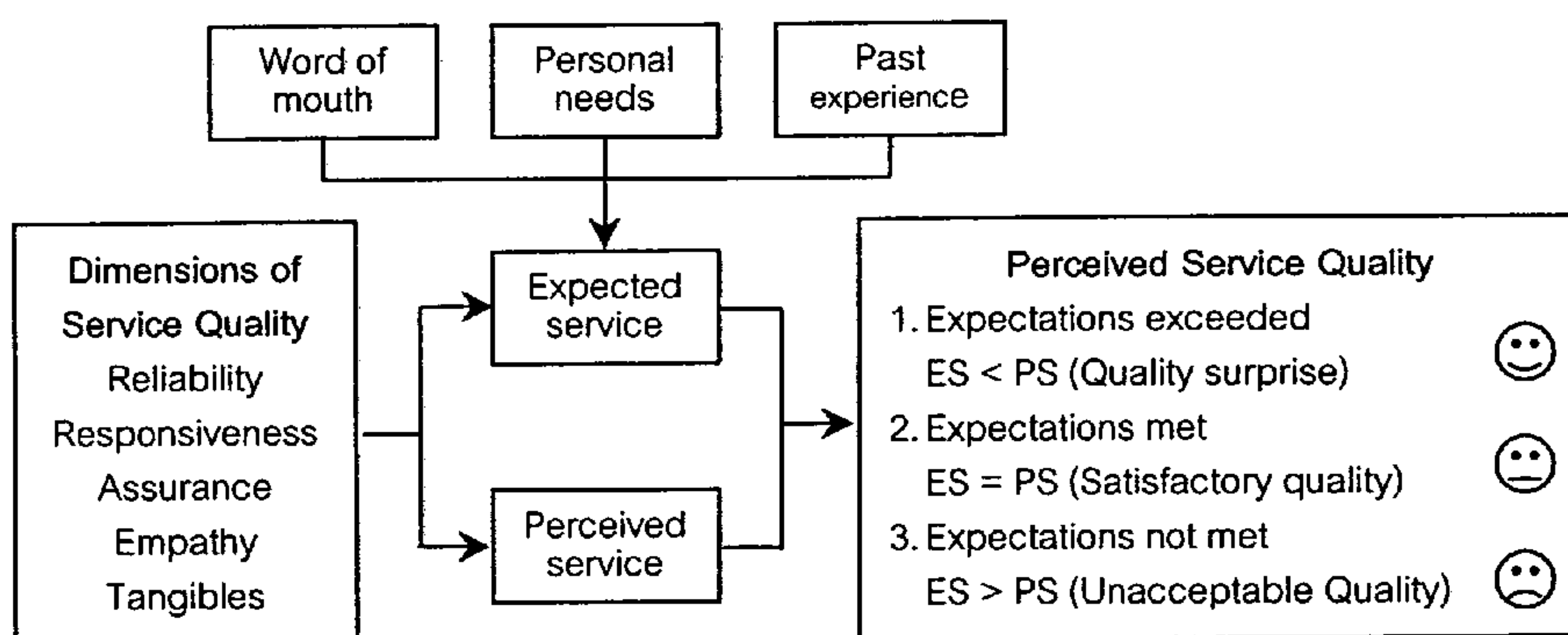
จากคุณภาพของการบริการทั้ง 10 ประการนักวิจัยกลุ่มนี้ได้ปรับไปสู่คุณภาพการบริการ 5 ประการคือ



ภาพประกอบ 5 มิติของการประเมินคุณภาพการบริการ

ที่มา : Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., & Berry, Leonard L. (1990). *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

สำหรับการบริการ การกำหนดคุณภาพจะเกิดขึ้นในระหว่างการส่งมอบการบริการหรือในระหว่างกระบวนการของการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการจะสามารถกำหนดได้จากการเปรียบเทียบความคาดหวังจากการบริการ และผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการบริการ หากความคาดหวังจากการบริการต่ำกว่าผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก หากความคาดหวังจากการบริการเท่ากับผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจในการบริการ แต่หากความคาดหวังจากการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ลูกค้าย่อมไม่พึงพอใจและถือว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ



ภาพประกอบ 6 ภาพแสดงช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่รับรู้ได้เพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มา : Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1985, Fall). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*. 49 : 41-50.

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังมีดังนี้

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า โดย พาราซูราแมน, ซีทฮอล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1990 : 19-20) ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าแบบเจาะจงกลุ่ม (Focus Group Interview) มีดังนี้

2.1.1 การพูดปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication) ลูกค้าผู้ใช้บริการจะมีความคาดหวังต่อการบริการใด ๆ นั้นมาจากการได้รับคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือบุคคลที่รู้จัก

2.1.2 ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) โดยความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนจะเริ่มต้นจากลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลหรือสถานการณ์ ที่ทำให้เกิดความคาดหวังที่แตกต่างกันในแต่ละระดับ

2.1.3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) คือประสบการณ์จากการที่ลูกค้าได้เคยใช้บริการนั้น ๆ ในอดีตที่ผ่านมา จะทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังในการ

2.1.4 การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communications) หมายถึงการประชาสัมพันธ์หรือข่าวสารที่เจ้าของบริการได้มีไปถึงลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งจะเป็นการยืนยันการบริการที่ให้แกลูกค้า และในส่วนนี้ยังรวมถึงอัตราค่าบริการซึ่งทั้งหมดจะมีผลต่อความคาดหวังของ ลูกค้า

2.2 ทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E.) โดยวรูม (Vroom. 1970 : 91-103) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

2.2.1 V มาจากคำว่า Valence หมายถึงระดับความพึงพอใจ และการให้คุณค่ากับสิ่งที่ได้รับ

2.2.2 I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ หรือวิถีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

2.2.3 E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังเอาไว้ บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และจะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

2.3 ความคาดหวัง คือ ความเชื่อสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดไม่น่าจะเกิดขึ้น การคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (สุรางค์ จันทรเอน. 2524 : 44)

2.4 ความคาดหวัง คือ การคาดการณ์ หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้า โดยประสบการณ์ในอดีตจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวังของมนุษย์ (วิชัย พรหมเมศ. 2537 : 14)

2.5 ความคาดหวังของบุคคล เป็นการตั้งขึ้นเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นความต้องการและความคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันแทบจะแยกไม่ออก เพราะถ้ามนุษย์เกิดความต้องการแล้วความคาดหวังก็จะตามมา อย่างไรก็ตามความต้องการของมนุษย์เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับที่ต้องการแล้ว ก็จะมีการคาดหวังในสิ่งที่อยู่สูงขึ้นไปอีกตามลำดับ (เพชร หาลาภ. 2538 :10-11)

2.6 ความคาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตวิญญาณ และใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือต่อตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้องโดยฟินน์ (Finn. 1921 : 15-16)

2.7 ความคาดหวัง หมายถึงการคาดการณ์หรือความคาดหวังเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคล ประสบการณ์ที่ผ่านมาและการเห็นคุณค่าของการกระทำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการนั้น ๆ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของบุคคล ในการตั้งความคาดหวังนั้นบุคคลจะกำหนดระดับความคาดหวังไว้เป็นแนวทางที่จะสามารถประสบผลสำเร็จได้ (เกศสิณี กลิ่นบุศย์. 2540 : 16)

2.8 ความคาดหวัง หมายถึง ความสัมพันธ์ของความพยายามที่มีต่อการดำเนินงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์ ไม่ใช่ความเป็นจริง (สวิง สุวรรณ. 2529 : 29)

2.9 คุณภาพการบริการตามความคาดหวัง เป็นการประเมินจากผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่ใช่เพียงแต่ความต้องการเบื้องต้น แต่ยังมีความต้องการอื่น ๆ ร่วมด้วย ซึ่งแบ่งเป็นองค์ประกอบของความต้องการออกเป็นดังนี้ (จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์. 2537 : 171-178)

2.9.1 ความต้องการหลักจริง ๆ (Core Service) หมายถึง บริการที่ผู้รับบริการต้องการมากจนกระทั่งก่อให้เกิดการตัดสินใจมารับบริการครั้งนั้น ๆ

2.9.2 บริการที่เกี่ยวข้อง (Peripheral Service) หมายถึง บริการที่ไม่ใช่บริการหลักที่ต้องการจริงๆ แต่เป็นบริการอื่นที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการร่วมกับบริการหลัก ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพการบริการได้ แบ่งเป็น

2.9.2.1 บริการที่คาดหวังจะได้รับ (Expected Service) หมายถึง บริการข้างเคียงที่เกี่ยวข้องกับบริการหลักที่ต้องการจริงๆ ซึ่งผู้รับบริการคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ และการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้นมีคุณภาพ หากไม่ได้รับบริการดังกล่าว บริการนั้นย่อมด้อยลง

2.9.2.2 บริการอยู่นอกเหนือความคาดหมาย (Augmented Service) หมายถึง บริการที่ผู้รับบริการอยากได้ แต่ไม่คาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ แต่หากผู้รับบริการได้รับจะทำให้เกิดความประทับใจ อันเป็นความรู้สึกที่มากกว่าความพอใจ ส่งผลให้ประเมินว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพเยี่ยม ซึ่งแม้ผู้รับบริการไม่ได้บริการประเภทนี้ ก็มิได้เกิดความไม่พอใจแต่ประการใด

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ตามความคิดเห็นของนักทฤษฎีมีดังนี้

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีแนวทางดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 ก : 18,20-21)

3.1.1 ระบบการตัดสินใจและให้คำแนะนำ เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท

3.1.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จะใช้การวิจัยตลาด เป็นการออกแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.1.3 การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง

3.1.4 การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

3.2 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนองโดยไวลแมน (Wolman. 1975 : 283)

3.3 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ฮิลล์ได้กล่าวว่าปัญหาที่ธุรกิจมักประสบอย่างหนึ่ง คือ จำนวนลูกค้าที่ลดลง เมื่อลูกค้าเดิมหายไป ธุรกิจก็พยายามทุกวิถีทางที่จะหาลูกค้าใหม่ ขณะที่ลูกค้าเก่าไม่กลับไปใช้บริการอีกแต่กลับไปซื้อสินค้าหรือบริการจากคู่แข่ง โดยทั่วไปธุรกิจจะสูญเสียลูกค้าไปประมาณร้อยละ 10-30 ต่อปี แล้วก็พยายามหาลูกค้าใหม่ซึ่งก็ไม่ได้ประโยชน์อะไร เพราะลูกค้าที่หามาได้เมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการก็จะหายไปอีก จึงต้องแก้ไขโดยเร็วด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยฮิลล์ (Hill. 1996 : 6)

3.4 ความพึงพอใจของลูกค้า คือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างผลการดำเนินงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ และความคาดหวังสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ

หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก (พัชร ศรีสุข. 2542 : 2 อ้างอิงจาก คู่แข่ง. 2541 : 48-49)

3.5 ความพึงพอใจ คือ ความสุข จะเกิดขึ้นหากความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองจนเกิดความสมดุล เมื่อบุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี ดังนั้น ความพึงพอใจคือสภาพอารมณ์ความรู้สึกด้านบวกของบุคคลโดยโพลเวลล์ (Powell. 1983 : 17-18)

4. ประวัติความเป็นมาของการประกันภัย

มีเรื่องปรากฏในพระคัมภีร์ไบเบิลเกี่ยวกับโจเซฟ และความอดอยากในประเทศอียิปต์ซึ่งถือกันว่าเป็นโครงการประกันภัยอันแรกเท่าที่มีบันทึกในประวัติศาสตร์ เล่ากันว่า ฟาโรห์ ทรงพระสุบินว่า มีวัวอ้วนเจ็ดตัวกำลังถูกวัวซูบผอมเจ็ดตัวกัดกิน โจเซฟทำนายฝันว่า ประเทศอียิปต์จะมีพืชพันธุ์ธัญญาหารอุดมสมบูรณ์เป็นเวลาเจ็ดปี และต่อจากนั้นจะเกิดความแห้งแล้ง ประชาชนจะอดอยากปากแห้งเป็นเวลาเจ็ดปี ดังนั้นจึงทูลเสนอต่ออัคริย์ ฟาโรห์ให้สะสมธัญญาหารในปีที่สมบูรณ์ไว้สำหรับเลี้ยงประชาชนในปีที่ข้าวขาดแคลนแพ่ง วิธีนี้เรียกได้ว่าเป็นหลักประกันภัยพื้นฐาน กล่าวคือ เก็บออมตั้งแต่วันนี้ เพื่อไว้ใช้ในอนาคตซึ่งหาความแน่นอนไม่ได้

ในประเทศจีน ประมาณ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล พ่อค้าชาวจีนได้พัฒนาวิธีการประกันขึ้นสำหรับการขนส่งสินค้าตามลำน้ำแยงซี ซึ่งมีสายน้ำที่เชี่ยวกราก และเรือบรรทุกสินค้ามักอัปปางอยู่เสมอ สินค้าได้รับความเสียหาย ดังนั้น ด้วยความกลัว พ่อค้าเหล่านั้นจึงหาวิธีการกระจายความเสี่ยงภัยออกไป โดยนำสินค้าของตนบรรทุกไว้ในเรือลำอื่นหลายลำ เฉลี่ยกันไปจนครบจำนวนหีบห่อสินค้า ซึ่งถ้าเรือลำใดลำหนึ่งจมลง ก็หมายความว่าสินค้าแต่ละคนสูญเสียเพียงคนละ 1 หีบเท่านั้น ซึ่งวิธีการเช่นนี้เป็นที่มาของการประกันภัยในปัจจุบัน

ราว ๆ ก่อนศตวรรษ ที่ 13 และ 14 ปรากฏว่ามีการประกันภัยทางทะเลกันอย่างแพร่หลายตามเมืองต่าง ๆ ในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน สัญญาประกันภัยการขนส่งสินค้าทางทะเลฉบับแรกของโลกเท่าที่มีปรากฏเป็นหลักฐานจนถึงปัจจุบันนี้ คือ ฉบับลงวันที่ 23 ตุลาคม พ.ศ. 1347 ออกให้ ณ เมืองเจนีวา ประเทศอิตาลี

ส่วนสัญญาประกันภัยฉบับแรกของอังกฤษ เท่าที่ปรากฏตามหลักฐานซึ่งยังคงเก็บรักษาไว้ถึงปัจจุบัน คือ "Broke Sea Insurance Policy" ปี ค.ศ. 1547 วิธีประกันภัยในสมัยนั้น คือ เจ้าของเรือ หรือพ่อค้าที่ต้องการซื้อประกันภัย จะทำบัญชีแสดงรายการทรัพย์สินต่าง ๆ ที่จะบรรทุกลงเรือได้รายการเหล่านี้นายธนาคารหรือบุคคลอื่น ๆ ที่ประสงค์จะรับประกันภัยจะลงชื่อพร้อมกับระบุจำนวนเงินที่ตนจะรับเสี่ยงแล้วลงลายมือชื่อไว้ (นี่คือที่มาของคำว่า Underwriter) แต่ละคนจะได้รับค่าตอบแทน เรียกว่า เบี้ยประกันภัย

ในช่วงเวลานั้น สัญญาประกันภัยส่วนมากเป็น สัญญาประกันภัยทางทะเล ต่อมาก็ขยายออกไปคุ้มครองการเสียชีวิตของนายเรือและลูกเรือ รวมทั้งพ่อค้าที่คุมสินค้าไปกับเรือ ตลอดจนคุ้มครองจำนวนเงินที่จะเป็นค่าไถ่ตัวเมื่อถูกโจรสลัดจับตัวด้วย

ส่วนกรรมธรรม์ประกันชีวิตมีมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1583 ปรากฏเป็นหลักฐานที่แน่ชัดว่าเป็นกรรมธรรม์ประกันชีวิตของนายวิลเลียม กิบบอนส์ โดยมีนายริชาร์ด มาร์ติน เป็นผู้รับประโยชน์ วงเงินที่เอาประกัน 400 ปอนด์ สเตอร์ลิง และเบี้ยประกันหนึ่งปี 32 ปอนด์สเตอร์ลิง มีผู้ลงชื่อรับประกันชีวิตนายกิบบอนส์ 16 คน

จุดเริ่มต้นของบริษัทรับประกันภัย

บริษัทที่รับประกันภัยอัคคีภัยในรูปแบบสมัยใหม่ เริ่มขึ้นเมื่อเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ในนครหลวงลอนดอนในราวเดือนกันยายน ค.ศ. 1666 เพลิงไหม้ครั้งนั้นทำให้อาคารบ้านเรือนเกือบสามในสี่ของนครลอนดอนต้องพินาศลง

ในปีถัดมา ดร.นิโคลาส บาร์บอน ได้จัดตั้งสำนักงานประกันอัคคีภัยขึ้นเป็นแห่งแรกเรียกง่าย ๆ ว่า “The Fire Offer” ในปี ค.ศ. 1680 ดร.บาร์บอน รับหุ้นส่วนเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าเฉลี่ยความเสี่ยง ซึ่งแต่เดิมตนรับภาระอยู่คนเดียว สามปีต่อมามีคู่แข่งขึ้นเพิ่มขึ้นอีกแห่งหนึ่งชื่อ “The Friendly Society” ทั้งสองแห่งนี้ออกกรรมธรรม์รับประกันอัคคีภัย และจัดพนักงานดับเพลิง ไว้สำหรับเผชิญเพลิงที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้

สำนักงานที่รับประกันอัคคีภัยในสมัยนั้น ไม่อาจเรียกว่าเป็น “บริษัท” ในความหมายของบริษัทรับประกันภัยในปัจจุบัน ซึ่งขนาดใหญ่โตและมีหุ้นจำนวนมาก เพราะในสมัยนั้นสำนักงานที่รับประกันภัยเป็นธุรกิจของรายบุคคล หรือหุ้นส่วนกลุ่มน้อย ซึ่งจำกัดการรับประกันภัยเฉพาะ อาคารที่อยู่อาศัยเท่านั้น

ในปี ค.ศ. 1710 มีการจัดตั้งบริษัทประกันอัคคีภัย ขึ้นเป็นครั้งแรกคือ The Sun Insurance Office of London ซึ่งยังคงดำเนินกิจการอยู่ตราบจนทุกวันนี้

ในเวลาเดียวกัน การประกันภัยทางทะเลและการประกันชีวิตเข้าสู่ระยะของการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อนปี ค.ศ. 1699 ธุรกิจประกันภัยทั้งสองประเภทนี้ก็กระทำกันอยู่เฉพาะผู้รับประกันในวงจำกัด เหมือนกับการประกันอัคคีภัย ผู้รับประกันภัยส่วนใหญ่มักใช้ร้านค้ากาแฟในนครลอนดอนเป็นที่ติดต่อธุรกิจกัน ร้านกาแฟกลายเป็นที่คนนิยมไปพบปะกันเพื่อกระจายหรือรับข่าวสารประจำวัน

หนึ่งในจำนวนร้านค้ากาแฟเหล่านี้ เป็นของนายเอ็ดเวิร์ด ลอยด์ ตั้งอยู่บนถนนลอมบาร์ดที่ร้านนี้มีพ่อค้า นักธุรกิจ และนายเรือ ตลอดจนผู้ที่สนใจในการประกันภัยจะมาพบปะพูดคุยรับฟังข่าวสารต่าง ๆ เช่น เรื่องเรือที่มากเทียบท่า เรือที่กำลังเดินทางไกลถึงที่หมาย เรือที่อัปปางรวมทั้งเป็นที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยด้วย ในที่สุดก็กลายเป็นที่มาของสมาคมผู้รับประกันภัยแห่งลอยด์ หรือลอยด์แห่งลอนดอน ซึ่งเป็นสถาบันประกันภัยที่มีความสำคัญระดับนานาชาติตราบจนบัดนี้

ในปี ค.ศ. 1720 บริษัทอังกฤษสองแห่ง ได้ซื้อรอยัลชาร์เตอร์ด้วยเงินจำนวนมาก เพื่อประกอบธุรกิจประกันภัยทางทะเล ซึ่งต่อมามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ในนามบริษัทลอนดอน แอนด์ รอยัลเอ็กช์เชนจ์ และนับเป็นจุดเริ่มต้นของยุคแห่งการประกอบธุรกิจการประกันภัยขนาดใหญ่ในปัจจุบันในปีถัดมาบริษัทนี้ได้รับอนุญาตให้รับประกันชีวิตด้วย

การปฏิวัติอุตสาหกรรม ในช่วงต้นศตวรรษที่ 18 ทำให้เกิดความต้องการในด้านรับประกันภัยอุบัติเหตุ และทำให้มีการก่อตั้งบริษัทรับประกันใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เครื่องจักรที่นำมาติดตั้งกับโรงงานใหม่ ๆ และหัวรถจักรรถไฟ ทำให้เกิดภัยอันตรายแก่ทรัพย์สิน และแก่ชีวิตของบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างมาก การประกันภัยนอกจากจะช่วยให้มีการคิดประดิษฐ์อุปกรณ์ด้านความปลอดภัยและมีส่วนช่วยในด้านกำหนดกฎระเบียบการรักษาความปลอดภัยด้วย

ก่อนปี ค.ศ.1880 เมื่อลูกจ้างได้รับบาดเจ็บในขณะปฏิบัติงาน นายจ้างมักมีข้อต่อสู้ทางกฎหมาย ทำให้พินิจ ไม่ต้องรับผิดชอบต่อลูกจ้าง แต่ครั้งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติความรับผิดชอบของนายจ้าง

ในปี ค.ศ. 1880 (Employers Liability Act 1880) บรรดาข้อต่อสู้ทางกฎหมายเหล่านั้น ถูกบล้างออกไปโดยกฎหมายฉบับนี้ ยังผลให้เกิดความต้องการประกันภัย

ประวัติการประกอบธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย

การประกอบธุรกิจประกันภัยในประเทศไทยนั้น ตามประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาได้มีพ่อค้าชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาติดต่อทำการค้าขาย และได้นำเอาระบบการประกันภัยเข้ามาด้วย คือการประกันภัยทางทะเลและขนส่ง ซึ่งถือว่าเป็นการประกันภัยวินาศภัยประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย แต่การประกันภัยในสมัยนั้นเป็นการร่วมมือดำเนินธุรกิจระหว่างพ่อค้าชาวต่างประเทศด้วยกันเอง โดยมีได้มีการจดทะเบียนการค้าหรือแจ้งขออนุญาตจากรัฐบาลสยามในสมัยนั้นเป็นทางการแต่ประการใด จนกระทั่ง ร.ศ. 130 (พ.ศ. 2451) ได้มีประกาศกฎหมายที่กล่าวถึงการประกันภัยเป็นครั้งแรก คือ “พระราชบัญญัติลักษณะเข้าหุ้นส่วนและบริษัท ร.ศ. 130” และต่อมา ในปี พ.ศ. 2471 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติควบคุมการค้าขายอันกระทบถึงความปลอดภัยหรือผาสุกแห่งสาธารณชนขึ้น กำหนดให้ผู้ประสงค์จะประกอบธุรกิจประกันภัยต้องได้รับพระบรมราชานุญาตก่อน ต่อจากนั้นมาก็มีการประกันภัยประเภทอื่น ๆ เกิดขึ้น

ในปี พ.ศ. 2510 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย ออกใช้บังคับ เพื่อควบคุมและส่งเสริมธุรกิจประกันภัย ให้มีความมั่นคงและเป็นที่ยึดถือของประชาชนโดยทั่วไป

ความเป็นมาของการประกันภัยรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ได้เริ่มขึ้นจากการสร้างรถเบนซ์ และเดมเลอร์ในปี ค.ศ. 1883-1884 และได้เจริญรุ่งเรืองในทศวรรษต่อมา ในปี ค.ศ. 1894 ได้มีรถยนต์วิ่งบนถนน ของประเทศอังกฤษ และในปี ค.ศ. 1898 ได้มีการก่อตั้งบริษัท Law Accident and Insurance Society Ltd. ขึ้น รับประกันภัยรถยนต์เป็นบริษัทแรกในประเทศอังกฤษ ต่อมาจึงมีบริษัทประกันภัยรถยนต์อื่น เช่น Car and General ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1903 และบริษัท Motor Union ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1906 เปิดรับประกันภัยรถยนต์ ขึ้นในประเทศอังกฤษ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดขึ้น ความจำเป็นในการใช้รถยนต์มีมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการทหารและกิจการพลเรือน มีการผลิตรถยนต์จำนวนมากในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และหลังสงครามโลกสิ้นสุดลง มีการสร้างถนนและขยายเส้นทางขนส่งโดยรถยนต์ โดยทั่วไป อุบัติเหตุจากรถยนต์เกิดขึ้นอยู่เสมอและเพิ่มจำนวนมากขึ้น ผู้ได้รับความเสียหายบางรายเป็นบุคคลภายนอก ซึ่งไม่มีหลักประกันคุ้มครอง ความบาดเจ็บเสียหายอันเกิดจากรถยนต์นั้นแต่อย่างใด รัฐบาลอังกฤษจึงมีแนวความคิดที่จะบังคับให้เอาประกันภัยรถยนต์ เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นกับบุคคล ที่สาม โดยออกพระราชบัญญัติการจราจร (Road Traffic) ในปี ค.ศ. 1930 ออกใช้บังคับให้ผู้ใช้รถยนต์เอา ประกันภัย เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่สาม ในกรณีที่เขาได้รับความเสียหายถึงเสียชีวิตและบาดเจ็บต่อร่างกาย อันเนื่องมาจากการใช้รถยนต์กับบุคคลที่สาม ดียิ่งขึ้น เช่น มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการจ่ายเงินเพื่อรักษาพยาบาลฉุกเฉินให้กับหมอและโรงพยาบาล การบังคับให้เอาประกันภัยรถยนต์เพื่อคุ้มครองความเสียหายกับบุคคลที่สามนี้ ยังคุ้มครองไปถึงความเสียหายแก่ทรัพย์สินของบุคคลที่สาม และตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1974 เป็นต้นมา กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ที่ออกในประเทศอังกฤษ ได้ขยายความคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม ภายใต้กฎหมายของประเทศที่เป็นสมาชิกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปด้วย

การประกันรถยนต์ภาคบังคับ

ประกันภัยที่กฎหมายบังคับให้รถยนต์ ทุกประเภท ต้องทำประกันภัย ใครไม่ทำมีความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ต้องถูกปรับไม่เกิน 10,000 บาท

การประกันรถยนต์ภาคสมัครใจ

เป็นการประกันภัยไม่บังคับการเลือกประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเป็นการตกลงระหว่างผู้ซื้อ (ผู้เอาประกันภัย) และผู้ขาย (บริษัทประกันภัย) โดยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองได้ตามต้องการและตามกำลังเงินที่มีอยู่

กฎหมายเกี่ยวกับกรมประกันภัย

พ.ร.บ. คุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ ปี 2535

วัตถุประสงค์

1. เพื่อคุ้มครอง และให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้ประสบภัยจากรถ ซึ่งได้รับความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย ให้ได้รับการชดเชยค่าเสียหาย และค่าเสียหายเบื้องต้นอย่างทันท่วงที
2. เป็นหลักประกันให้สถานพยาบาลทุกแห่งว่า จะได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลอย่างแน่นอน และรวดเร็วในการรักษาพยาบาลแก่ผู้ประสบภัยจากรถ
3. เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจประกันภัย ให้มีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระ ค่าเสียหาย ช่วยบรรเทาภาวะความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยและครอบครัว และช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในด้านสวัสดิการสงเคราะห์แก่ผู้ประสบภัยจากรถ

การใช้บังคับ

พ.ร.บ. ฉบับนี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2535 แต่ต่อมาได้มีการแก้ไขกำหนดระยะเวลาบังคับใช้ออกไปโดยกำหนดให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2536 เป็นต้นไป เจ้าของรถซึ่งใช้รถหรือมีรถไว้เพื่อใช้จะต้องดำเนินการจัดให้มีการประกันภัย เพื่อคุ้มครองความเสียหาย สำหรับผู้ประสบภัยจากรถให้เสร็จสิ้นเรียบร้อยภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2536 แต่ในระยะแรกที่กฎหมายใช้บังคับได้มีรถบางประเภท คือ รถจักรยานยนต์ รถสกายแลป และรถเพื่อการเกษตรยังไม่มีความพร้อมที่จะจัดทำประกันภัยตาม พ.ร.บ. นี้ จึงได้มีการผ่อนผันรถดังกล่าวไปก่อนช่วงระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตามขณะนี้ได้พ้นระยะเวลาผ่อนผันแล้ว ดังนั้น รถทุกคันจะต้องมีการประกันภัยตาม พ.ร.บ. นี้ หากไม่ทำจะมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท

รถที่ต้องทำประกันภัย

คือ รถทุกคันทุกประเภทที่จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบก เป็นยานพาหนะทุกชนิดใช้ในการขนส่งทางบกซึ่งเดินด้วยกำลังเครื่องยนต์และหมายรวมถึง รถพ่วงของรถนั้นด้วย ได้แก่ รถยนต์ทุกชนิดและทุกประเภท รถพ่วง รถจักรยานยนต์ รถสามล้อ รถอีแต๋น รถแทรกเตอร์ รถบดถนน เป็นต้น

รถที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำประกันภัยตาม พ.ร.บ.

1. รถสำหรับเฉพาะองค์พระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาท และรถสำหรับผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์
2. รถของสำนักพระราชวังที่จดทะเบียน และมีเครื่องหมายตามระเบียบที่เลขาธิการ พระราชกำหนด
3. รถของกระทรวง ทบวง กรม และส่วนราชการต่าง ๆ (ที่เรียกว่า รถราชการ) รถยนต์ทหาร (แต่ไม่รวมรถของรัฐวิสาหกิจ)

ผู้ที่ต้องทำประกันภัย

1. เจ้าของรถ (ผู้มีกรรมสิทธิ์ในรถ)
2. ผู้เช่าซื้อรถ (ผู้มีสิทธิครอบครองตามสัญญาเช่าซื้อ)
3. เจ้าของรถซึ่งนำรถที่จดทะเบียนในต่างประเทศเข้าใช้ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว

ผู้รับประกันภัย

บริษัทประกันวินาศภัย และสาขาทั่วประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการรับประกันภัยรถ ในราชอาณาจักร บริษัทใดไม่ยอมรับประกันภัยตาม พ.ร.บ.นี้ ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ 50,000 - 250,000 บาท

จำนวนเงินเอาประกัน

รถทุกชนิด และทุกประเภทอย่างน้อยต้องจัดให้มีการประกันภัย ตามขนาดของรถดังต่อไปนี้ สำหรับจำนวนเงินเอาประกันภัยต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง ดังนี้

1. 5,000,000 บาท ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อครั้ง สำหรับรถที่มีที่นั่งไม่เกินเจ็ดคน หรือ ใช้บรรทุกผู้โดยสารรวมทั้งผู้ขับขี่ไม่เกินเจ็ดคน
2. 10,000,000 บาท ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อครั้ง สำหรับรถที่มีที่นั่งเกินเจ็ดคน หรือใช้บรรทุกผู้โดยสารรวมทั้งผู้ขับขี่เกินเจ็ดคน

สำหรับจำนวนเงินเอาประกันภัยต่อคน ดังนี้

1. 50,000 บาท ต่อหนึ่งคน สำหรับความเสียหายต่อร่างกายหรืออนามัย
2. 80,000 บาท ต่อหนึ่งคน สำหรับการสูญเสียอวัยวะ หรือทุพพลภาพอย่างถาวร ในใดกรณีหนึ่งหรือหลายกรณี ดังต่อไปนี้
 - 2.1 ตาบอด
 - 2.2 หูหนวก
 - 2.3 เป็นใบ้ หรือเสียความสามารถในการพูด หรือลิ้นขาด
 - 2.4 สูญเสียอวัยวะสืบพันธุ์
 - 2.5 เสียหาย ขา มือ เท้า นิ้ว หรืออวัยวะอื่นใด

2.6 จิตพิการอย่างติดตัว

2.7 ทูพพลภาพอย่างถาวร

3. 80,000 บาท ต่อหนึ่งคน สำหรับการเสียชีวิต

4. 80,000 บาท ต่อหนึ่งคน สำหรับกรณีบาดเจ็บและต่อมาสูญเสียอวัยวะหรือทูพพลภาพ หรือเสียชีวิต

ผู้ที่ได้รับความคุ้มครอง

ประชาชนทุกคนที่ประสบภัยจากรถ ไม่ว่าจะเป็นผู้ขับขี่รถ ผู้โดยสาร คนเดินเท้า คนข้ามถนน หรือแม้แต่คนที่กำลังนอนอยู่ในบ้านหากได้รับความเสียหายเป็นอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย เนื่องจากรถที่ใช้หรืออยู่ในทางหรือเนื่องจากสิ่งกีดขวางหรือติดขัดในรถนั้นแล้วก็จะได้รับความคุ้มครองโดยได้รับการชดเชยค่าเสียหาย และหรือ ค่าเสียหายเบื้องต้นตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายนี้ทั้งสิ้น

ความเสียหายที่ได้รับความคุ้มครอง

ความเสียหายที่ได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. เป็นค่าเสียหายเฉพาะที่เกิดขึ้นกับชีวิต ร่างกายเท่านั้น ไม่รวมถึงค่าเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับทรัพย์สินด้วย (ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับรถ เช่น ค่าซ่อมรถที่ถูกชน จะไม่ได้รับความคุ้มครอง หากจะให้ความคุ้มครองก็สามารถซื้อประกันภัยรถยนต์ในภาคสมัครใจได้) โดยค่าเสียหายที่ผู้ประสบภัยหรือทายาทจะได้รับการชดเชย ดังดังนี้

ค่าเสียหายเบื้องต้น บริษัทจะชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้ประสบภัยที่ได้รับความเสียหายต่อชีวิต ร่างกายเป็นค่าเสียหายเบื้องต้น โดยไม่ต้องรอพิสูจน์ความรับผิด ให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วัน นับแต่วันที่บริษัทได้รับการ ร้องขอ ดังนี้

1. บาดเจ็บได้รับค่าเสียหายเบื้องต้นเป็นค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลตามความเสียหายที่แท้จริง หรือตามจำนวนที่ได้จ่ายไปจริงแล้วรวมแล้วไม่เกิน 15,000 บาท
2. เสียชีวิตทันที ได้รับค่าเสียหายเบื้องต้นเป็นค่าปลงศพ และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการจัดงานศพ 15,000 บาท
3. บาดเจ็บและเสียชีวิตในเวลาต่อมา หลังจากเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาล ได้รับค่าเสียหายเบื้องต้นเป็นค่ารักษาพยาบาลตาม และค่าปลงศพ รวมแล้วไม่เกิน 30,000 บาท

ค่าเสียหายส่วนที่เกินกว่าค่าเสียหายเบื้องต้น

ต้องรอการพิสูจน์ความผิดก่อนผู้ประสบภัยหรือทายาทจะได้รับการชดเชยค่าเสียหายดังกล่าว เมื่อรวมกับค่าเสียหายเบื้องต้นแล้วไม่เกินจำนวนเงินเอาประกันภัยต่อคน 50,000 บาท กรณีได้รับความเสียหายต่อร่างกาย และ 80,000 บาท กรณีเสียชีวิต หรือสูญเสียอวัยวะหรือทูพพลภาพอย่างถาวร อย่างไรก็ตาม กรณีที่รถตั้งแต่สองคันชนกัน และรถทุกคันจัดทำประกันภัยตาม พ.ร.บ.

ปัจจุบันบริษัท ได้มีการสำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน และค่าปลงศพ ในกรณีที่ผู้ประสบภัยเป็นผู้โดยสาร หรือกำลังขึ้นหรือลงจากรถ หรือเป็นบุคคลที่อยู่บนรถสามารถขอรับการชดเชยค่ารักษาพยาบาลตามใบเสร็จรับเงินไม่เกิน 50,000 บาท ค่าทดแทนหรือค่าปลงศพเป็นจำนวน 80,000 บาท ทั้งนี้โดยไม่ต้องรอพิสูจน์ความผิดแต่อย่างใด

ประเภทของการคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

1. ประเภทคุ้มครองรวม เป็นการประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองทั้งความเสียหายและความสูญหายต่อรถยนต์รวมทั้งอุปกรณ์ติดประจำรถและให้ความคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกด้วย ซึ่งโดยทั่วไปเรียกการประกันภัยประเภทนี้ว่า "การประกันภัยประเภทหนึ่ง"
2. ประเภทคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก เป็นการประกันภัยที่ให้คุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก หมายความว่า บริษัทจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนเฉพาะความรับผิดที่เกิดขึ้นแก่บุคคลภายนอก โดยทั่วไปเรียกว่า "การประกันภัยประเภทสาม"
3. สำหรับผู้ที่ขับขีรถยนต์ด้วยความระมัดระวัง และไม่ค่อยมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น แต่มีความเสี่ยงต่อการสูญหายของรถยนต์มาก ก็อาจจะซื้อความคุ้มครองเฉพาะประเภทคุ้มครองรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกและขอซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมภัยจากการลักทรัพย์ ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ หรือยกยอกทรัพย์ต่อรถยนต์ที่เอาประกันภัยและไฟไหม้ เรียกประกันประเภทนี้ว่า "การประกันภัยประเภทสอง"

ประเภทของรถยนต์ จำแนกประเภทรถยนต์ออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทรถยนต์นั่ง หมายถึง ได้ไม่เกิน 7 คน รวมทั้งคนขับ ได้แก่
 - 1.1 รถเก๋ง
 - 1.2 รถตรวจการเล็ก หรือ รถแวนเล็ก
 - 1.3 รถจี๊ป ช่วงสั้น
 - 1.4 รถสามล้อเครื่อง
2. ประเภทรถยนต์โดยสาร หมายถึง รถยนต์ที่นั่งไม่เกิน 7 คน รวมทั้งคนขับ ได้แก่
 - 2.1 รถตู้โดยสาร
 - 2.2 รถปิคอัพ หรือ รถโดยสารที่นั่งสองแถว
 - 2.3 รถเมล์โดยสาร
3. ประเภทรถยนต์บรรทุก หมายถึง รถยนต์ที่ใช้เพื่อการบรรทุก และขนส่งสินค้าชนิดต่างๆ ได้แก่
 - 3.1 ชนิดเก๋งที่บรรทุก (แวน)
 - 3.2 ชนิดกระบะไม้ หรือเหล็ก และมีหรือไม่มีหลังคา (ปิกอัพหรือทรัค)
 - 3.3 ชนิดถังเหล็ก (แท็งก์)
4. ประเภทรถยนต์ลากจูง หมายถึง รถยนต์ที่ไม่มีกระบะ สำหรับการบรรทุก และใช้ในการลากจูง
5. ประเภทรถพ่วง หมายถึง รถที่ไม่มีเครื่องยนต์ และใช้ในการบรรทุกคู่กับรถยนต์ลากจูง หรือใช้ในการบรรทุกคู่กับรถยนต์บรรทุก
6. ประเภทรถจักรยานยนต์ หมายถึง รถสองล้อที่มีเครื่องยนต์ มีหรือไม่มีรถพ่วงก็ได้
7. ประเภทรถยนต์นั่งรับจ้างสาธารณะ หมายถึง รถยนต์นั่งได้ไม่เกิน 7 คน รวมทั้งคนขับซึ่งจดทะเบียนเป็นรถยนต์นั่งรับจ้างสาธารณะ ได้แก่
 - 7.1 รถแท็กซี่
 - 7.2 รถยนต์สี่ล้อแท็กซี่

7.3 รถสามล้อแท็กซี่

8. ประเภทรถยนต์เบ็ดเตล็ด หมายถึง รถยนต์ที่ไม่จัดอยู่ใน 7 ประเภทดังกล่าวข้างต้น ได้แก่

8.1 รถยนต์ป้ายแดง

8.2 รถพยาบาล

8.3 รถดับเพลิง

8.4 รถใช้ในการเกษตร

8.5 รถใช้ในการก่อสร้าง

หมวดเงื่อนไขทั่วไป

ข้อ 1. นิยามศัพท์ ในกรมธรรม์หรือเอกสารแนบท้ายกรมธรรม์นี้ :-

“บริษัท” หมายความว่า บริษัทที่ออกกรมธรรม์นี้

“ผู้เอาประกันภัย” หมายความว่า บุคคลที่ระบุชื่อเป็นผู้เอาประกันภัยในตาราง

“ผู้ประสบภัย” หมายความว่า ผู้ซึ่งได้รับอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย เนื่องจากอุบัติเหตุหรืออยู่ในทางหรือเนื่องจากสิ่งที่ยักรทุก หรือติดตั้งในรถนั้น และหมายความรวมถึงทายาทโดยธรรมของผู้ประสบภัยซึ่งถึงแก่ความตายด้วย

“นายทะเบียน” หมายความว่า อธิบดีกรมการประกันภัย หรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมการประกันภัยมอบหมายโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

“ตาราง” หมายความว่า ตารางแห่งกรมธรรม์นี้

“รถ” หมายความว่า รถที่เอาประกันภัยซึ่งมีรายการที่ระบุไว้ในตาราง

“เครื่องหมาย” หมายความว่า เครื่องหมายแสดงว่า มีการประกันความเสียหายสำหรับผู้ประสบภัยจากรถ

“อุบัติเหตุแต่ละครั้ง” หมายความว่า เหตุการณ์หนึ่งหรือหลายเหตุการณ์สืบเนื่องกัน ซึ่งเกิดจากสาเหตุอันเดียวกัน

ข้อ 2. การคุ้มครองผู้ประสบภัย ภายใต้บังคับข้อ 5. บริษัทจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายต่อชีวิตร่างกาย หรืออนามัยของผู้ประสบภัย ในนามผู้เอาประกันภัยซึ่งผู้เอาประกันภัย จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายต่อผู้ประสบภัยเนื่องจากอุบัติเหตุหรืออยู่ในทาง หรือเนื่องจากสิ่งที่ยักรทุก หรือติดตั้งในรถนั้นในระหว่างระยะเวลาประกันภัย ดังนี้

2.1 ผู้ประสบภัย

2.1.1 ในกรณีได้รับความเสียหายต่อร่างกาย หรือ อนามัย แต่ไม่ถึงกับสูญเสียอวัยวะ หรือทุพพลภาพตาม 2.1.2 บริษัทจะจ่ายค่ารักษาพยาบาลและค่าเสียหายอย่างอื่นที่ผู้ประสบภัยสามารถเรียกร้องได้ตามมูลค่าละเมิดตามความเสียหายที่แท้จริงแต่ไม่เกิน 50,000 บาท ต่อหนึ่งคน

2.1.2 ในกรณีได้รับความเสียหายต่อร่างกายหรืออนามัย ในกรณีใดกรณีหนึ่ง หรือ หลายกรณีดังต่อไปนี้ บริษัทจะจ่ายเต็มตามจำนวนเงินคุ้มครองสูงสุด 80,000 บาท ต่อหนึ่งคน

(1) ตาบอด

(2) หูหนวก

(3) เป็นใบ้ หรือเสียความสามารถในการพูด หรือลิ้นขาด

(4) สูญเสียอวัยวะสืบพันธุ์เสียแขน ขา มือ เท้า นิ้ว หรือ อวัยวะอื่นใด

(5) จิตพิการอย่างติดตัว

(6) ทุพพลภาพอย่างถาวร

2.1.3 ในกรณีเสียชีวิต บริษัทจะจ่ายเต็มตามจำนวนเงินคุ้มครองสูงสุด 80,000 บาทต่อหนึ่งคน

2.1.4 ในกรณีได้รับความเสียหายตาม 2.1.1 และต่อมาได้รับความเสียหายตาม 2.1.2 หรือ 2.1.3 หรือทั้งตาม 2.1.2 และ 2.1.3 บริษัทจะจ่ายเต็มตามจำนวนเงินคุ้มครองสูงสุด 80,000 บาท ต่อหนึ่งคน

2.2 กรณีผู้ประสบภัยเป็นผู้เอาประกัน หรือ บุคคลในครอบครัวของผู้เอาประกันภัย ซึ่งมีผู้ใช้ขับขี่ทั้งนี้ในกรณีผู้ขับขี่เป็นฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบอุบัติเหตุ ให้นำความใน 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3 และ 2.1.4 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

2.3 กรณีผู้ประสบภัย เป็นผู้ขับขี่รถคันที่เอาประกัน และเป็นฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบอุบัติเหตุ หรือไม่มีผู้ใดต้องรับผิดชอบตามกฎหมายต่อผู้ขับขี่ที่เป็นผู้ประสบภัย บริษัทจะรับผิดชอบจ่ายค่าสินไหมทดแทนไม่เกินค่าเสียหายเบื้องต้นเท่านั้น

ทั้งนี้ บริษัทจะจ่ายค่าสินไหมทดแทนทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ไม่เกินจำนวนคุ้มครองสูงสุดต่อหนึ่งคน และรวมกันแล้วไม่เกินจำนวนเงินคุ้มครองสูงสุดต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้งที่ระบุไว้ใน รายการที่ 4 ของตาราง

ข้อ 3. ค่าเสียหายเบื้องต้น ภายใต้บังคับข้อ 5. บริษัทจะจ่ายค่าเสียหายเบื้องต้นให้แก่ผู้ประสบภัย ที่ได้รับความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย โดยไม่ต้องรอการพิสูจน์ความรับผิดชอบให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วัน นับแต่วันที่บริษัทได้รับการร้องขอโดยจ่ายเป็นค่าเสียหายเบื้องต้นดังต่อไปนี้

3.1 กรณีผู้ประสบภัยได้รับความเสียหายต่อร่างกาย บริษัทจะจ่ายค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลของผู้ประสบภัยตามจำนวนที่จ่ายไปจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท ต่อหนึ่งคน

3.2 กรณีผู้ประสบภัยได้รับความเสียหายต่อชีวิต บริษัทจะจ่ายค่าปลงศพ และค่าใช้จ่าย อันจำเป็นเกี่ยวกับการจัดการศพของผู้ประสบภัยตามจำนวนเงินค่าเสียหายเบื้องต้น 15,000 บาท ต่อหนึ่งคน

3.3 จำนวนตาม 3.1 และ 3.2 รวมกันสำหรับผู้ประสบภัยที่ถึงแก่ความตายหลังจากมีการรักษาพยาบาล

3.4 กรณีรถตั้งแต่สองคันขึ้นไป ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประสบภัย บริษัทจะจ่ายค่าเสียหายเบื้องต้นตาม 3.1 , 3.2 หรือ 3.3 แล้วแต่กรณี ให้แก่ผู้ประสบภัยซึ่งอยู่ในรถที่เอาประกันภัยไว้กับบริษัท แต่ถ้าผู้ประสบภัยมิใช่เป็นผู้ซึ่งอยู่ในรถที่ก่อให้เกิดความเสียหายดังกล่าวข้างต้น บริษัทจะจ่ายค่าเสียหายเบื้องต้นให้แก่ผู้ประสบภัยในอัตราส่วนที่เท่ากัน

ความเสียหายเบื้องต้นทั้งหมดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามที่กำหนดไว้ในข้อ 2

ข้อ 4. การขอรับค่าเสียหายเบื้องต้น ผู้ประสบภัยต้องร้องขอค่าเสียหายเบื้องต้นต่อบริษัทภายใน 180 วัน นับแต่วันที่ความเสียหายเกิดขึ้น และต้องมีหลักฐาน ดังนี้

4.1 ความเสียหายต่อร่างกาย

4.1.1 ใบเสร็จรับเงินจากโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาล หรือหลักฐานการแจ้งหนี้เกี่ยวกับการรักษาพยาบาล

4.1.2 สำเนาบัตรประจำตัว หรือสำเนาใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าว หรือสำเนาหนังสือเดินทาง หรือหลักฐานอื่นใดที่ทางราชการเป็นผู้ออกให้ที่สามารถพิสูจน์ได้ว่า ผู้มีชื่อในหลักฐานนั้นเป็นผู้ ประสบภัย แล้วแต่กรณี

4.2 ความเสียหายต่อชีวิต

4.2.1 สำเนามรณะบัตร

4.2.2 สำเนานบันทึกประจำวันในคดีของพนักงานสอบสวน หรือหลักฐานอื่นที่แสดงว่าผู้ นั้นถึงแก่ความตาย เพราะการประสบภัยจากรถ

4.2.3 การร้องขอรับค่าเสียหายเบื้องต้นตาม 4.1 และ 4.2 รวมกันให้มีหลักฐานตาม 4.1 และ 4.2

ข้อ 5. การสำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน และค่าปลงศพ ในกรณีรถที่เอาประกันภัยไว้ กับบริษัทประสบอุบัติเหตุชนกับรถอื่นซึ่งมีการประกันภัยตามกฎหมายคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถด้วย เป็น เหตุให้ผู้ประสบภัยได้รับอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย และไม่มีฝ่ายใดยอมรับผิดในเหตุที่เกิดขึ้น บริษัทตกลงจะ สำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาลตามใบเสร็จรับเงิน ไม่เกิน 50,000 บาทต่อหนึ่งคน สำหรับกรณีได้รับบาดเจ็บ แต่ กรณีเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ หรือทุพพลภาพ อย่างถาวร บริษัทจะสำรองจ่ายค่าทดแทน หรือค่าปลงศพเป็น จำนวนเงิน 80,000 บาทต่อหนึ่งคน ให้แก่ ประสบภัยหรือทายาทของผู้ประสบภัย ซึ่งโดยสารมาในรถหรือ กำลังขึ้นหรือกำลังลงจากรถที่เอาประกันภัยไว้กับบริษัทไปก่อน

สำหรับผู้ประสบภัยที่เป็นบุคคลภายนอก รถ บริษัทและผู้รับประกันภัยรถอื่น จะร่วมกันสำรองจ่าย ค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน หรือค่าปลงศพตามวรรคต้น โดยเฉลี่ยฝ่ายละเท่า ๆ กัน

เมื่อมีการสำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน หรือค่าปลงศพตามเงื่อนไขแล้ว หาก ปรากฏว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นเกิดจากความประมาทของผู้อื่น มิใช่ผู้ขับขี่หรือผู้โดยสารที่เอาประกันภัยไว้กับบริษัท แล้ว บริษัทมีสิทธิที่จะไล่เบี้ยเอาค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน หรือค่าปลงศพที่บริษัทได้สำรองจ่ายไปคืนจาก บริษัทผู้รับประกันภัยที่เป็นฝ่ายต้องรับผิดชอบตามกฎหมายนั้น

ในทางกลับกัน หากบริษัทผู้รับประกันภัยรถอื่น ได้สำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน หรือ ค่าปลงศพให้แก่ผู้ประสบภัย หรือทายาทของผู้ประสบภัยที่โดยสารมาหรือกำลังขึ้น หรือกำลังลงจากรถที่ตน ลงจากรถที่ตนรับประกันภัยไว้ หรือผู้ประสบภัยที่อยู่บนรถตามวรรคสองแล้ว และ ปรากฏว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นเกิด จากความประมาทของผู้ขับขี่ หรือผู้โดยสารที่เอาประกันภัยไว้กับบริษัทแล้วบริษัท ตกลงจ่ายเงินค่ารักษา พยาบาล ค่าทดแทน หรือค่าปลงศพคืนแก่บริษัทผู้รับประกันภัยรถอื่นนั้น ภายในกำหนด 30 วัน นับแต่วันที่ ได้รับการร้องขอ

ข้อ 6. เครื่องหมาย บริษัทต้องส่งมอบเครื่องหมายให้แก่ผู้เอาประกันภัย เพื่อติดตามเครื่อง หมายนั้นไว้ที่หน้ากระจก รถ กรณีไม่มีกระจกหน้ารถให้ติดเครื่องหมายไว้ที่ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ข้อ 7. การคุ้มครองผู้ขับขี่ บริษัทจะถือว่าบุคคลใดซึ่งขับขี่รถโดยได้รับความยินยอมจากผู้เอา ประกันภัยเสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัยเอง และบุคคลนั้นต้องปฏิบัติตามเสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัยเอง และอยู่ภายใต้ข้อกำหนดตามกฎหมายนี้

ข้อ 8. การคุ้มครองความรับผิดของผู้โดยสาร กรมธรรม์นี้ให้ความคุ้มครองเมื่อผู้โดยสารนั้น จะ ต้องรับผิดชอบจากรถที่ใช้ หรืออยู่ในทาง หรือสิ่งที่บรรทุก หรือติดตั้งในรถนั้น

ข้อ 9. การแจ้งอุบัติเหตุ เมื่อมีความเสียหายต่อผู้ประสบภัยจากรถ ผู้เอาประกันภัยหรือผู้ขับขี่ ต้อง

9.1 แจ้งให้บริษัททราบโดยไม่ชักช้า

9.2 ส่งต่อให้บริษัททันทีเมื่อได้รับหมายศาล หรือคำสั่ง หรือบังคับของศาล

9.3 หนังสือบอกกล่าวให้บริษัททราบทันที เมื่อมีการดำเนินคดีแพ่ง หรือคดีอาญาทางศาล อันอาจทำให้เกิดสิทธิเรียกร้องตามกฎหมายนี้ ถ้าผู้เอาประกันภัยมิได้ปฏิบัติตามข้อนี้ บริษัทอาจเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากผู้เอาประกันภัยเพื่อความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการนั้น เว้นแต่ผู้เอาประกันภัยจะพิสูจน์ได้ว่าไม่สามารถปฏิบัติได้

ข้อ 10. การจัดการเรียกร้อง

10.1 ผู้เอาประกันภัยจะต้องไม่ตกลงยินยอมเสนอ หรือให้สัญญาว่าจะชดเชยค่าเสียหายให้แก่บุคคลใด โดยไม่ได้รับความยินยอมจากบริษัท เว้นแต่ความเสียหายนั้น ผู้เอาประกันภัยเป็นฝ่ายที่จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย และบริษัทไม่จัดการต่อการเรียกร้องนั้น

10.2 บริษัทมีสิทธิเข้าดำเนินการต่อสู้คดี

10.3 บริษัทมีสิทธิฟ้องบุคคลใด ให้ใช้ความเสียหายเพื่อประโยชน์ของบริษัทในนามของ ผู้เอาประกันภัยในการนี้ ผู้เอาประกันภัยต้องให้ข้อเท็จจริงและให้ความช่วยเหลือแก่บริษัทตามสมควร

10.4 เมื่อบริษัทได้ใช้ค่าสินไหมทดแทนเต็มจำนวนที่ บริษัทต้องรับผิดชอบต่อสู้คดีแทนผู้เอาประกันภัย ข้อ 3 ตามแต่กรณี ก่อนดำเนินคดีทางศาล บริษัทไม่ต้องรับผิดชอบต่อสู้คดีแทนผู้เอาประกันภัย

10.5 กรณีบริษัทปฏิเสธการชดเชยค่าสินไหมทดแทน ผู้เสียหายได้นำคดีขึ้นสู่ศาล หรือเสนอข้อพิพาทต่ออนุญาโตตุลาการ เมื่อศาลพิพากษา หรืออนุญาโตตุลาการชี้ขาดให้บริษัทแพ้คดี บริษัทจะต้องชดเชยค่าเสียหายตามคำพิพากษา หรือตามคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการ โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี

ข้อ 11. การแจ้งความ เมื่อมีการกระทำความผิดในทางอาญาโดยบุคคลใด ซึ่งทำให้เกิดสิทธิเรียกร้องตามกฎหมายนี้ ผู้เอาประกันภัยต้องแจ้งความต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยไม่ชักช้า

ข้อ 12. ค่าใช้จ่ายต่อสู้คดี ถ้าผู้เอาประกันภัยถูกฟ้องศาลให้ใช้ค่าเสียหาย ซึ่งการประกันภัยนี้มีการคุ้มครอง บริษัทจะต่อสู้คดีในนามของผู้เอาประกันภัยโดยค่าใช้จ่ายของบริษัท

ข้อ 13. การโอนรถ ในกรณีที่รถที่เจ้าของได้เอาประกันภัยไว้กับบริษัท ได้โอนไปยังบุคคลอื่น ให้ผู้ได้มาซึ่งรถดังกล่าวมีฐานะเสมือนเป็นผู้เอาประกันภัยตามกฎหมายนี้ประกันภัยนั้น และบริษัทต้องรับผิดชอบตามกฎหมายนี้ประกันภัยดังกล่าวต่อไปตลอดอายุของกรมธรรม์ประกันภัยที่ยังเหลืออยู่

ข้อ 14. การใช้รถ กรณีใช้รถในเวลาที่เกิดอุบัติเหตุ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในรายการ 7 ของตาราง ซึ่งทำให้การเสี่ยงภัยเพิ่มขึ้นผู้เอาประกันภัยต้องชดเชยค่าเสียหายคืนให้บริษัทตามจำนวนที่บริษัทได้จ่ายไปแต่ไม่เกิน 2,000 บาท

ข้อ 15. การเลิกกรมธรรม์

15.1 บริษัทจะบอกเลิกกรมธรรม์นี้ได้ด้วยการส่งหนังสือบอกกล่าวล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน โดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ ถึงผู้เอาประกันภัยตามที่อยู่ครั้งสุดท้ายที่แจ้งให้ทราบ ในกรณีนี้บริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัย โดยหักเบี้ยประกันภัยสำหรับระยะเวลาที่กรมธรรม์ได้ใช้บังคับมาแล้ว ออกตามส่วน

15.2 ผู้เอาประกันภัยจะบอกเลิกกรมธรรม์นี้ได้ โดยแจ้งให้บริษัททราบเป็นลายลักษณ์อักษร และมีสิทธิได้รับเบี้ยประกันภัยคืน ตามอัตราคืนเบี้ยประกันภัยที่ระบุไว้ข้างล่างนี้

จำนวนเดือนที่ คุ้มครอง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
เบี้ยประกันภัย สินทรัพย์	80	70	60	50	40	30	20	15	10	0	0	0

การบอกเลิกกรมธรรม์ตาม 15.1 หรือ 15.2 ผู้เอาประกันภัยจะต้องส่งเครื่องหมายคืนให้แก่
นายทะเบียน หรือทำลายเครื่องหมายนั้นให้ใช้การไม่ได้ มิฉะนั้นจะมีความผิดตามกฎหมาย

ข้อ 16. การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ ในกรณีที่มีข้อพิพาท ข้อขัดแย้ง หรือข้อ
เรียกร้องใดๆ ภายใต้กรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ ระหว่างผู้มีสิทธิเรียกร้องตามกฎหมายประกันภัยกับบริษัท
และหากผู้มีสิทธิเรียกร้องประสงค์และเห็นควรยุติข้อพิพาทนั้นโดยวิธีการอนุญาโตตุลาการ บริษัทตกลงยิน
ยอมและให้ทำการวินิจฉัยชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการตามข้อบังคับกรมการประกันภัยว่าด้วยอนุญาโตตุลาการ

ข้อ 17. การตีความกรมธรรม์ประกันภัย ความหมายและเจตนารมณ์ของข้อความที่ ปรา
กฏในกรมธรรม์ประกันภัยนี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายและเอกสารประกอบให้ตีความตามที่นายทะเบียนได้ให้
ความเห็นชอบไว้

ข้อ 18. ข้อยกเว้น การประกันภัยไม่คุ้มครองความรับผิดชอบอันเกิดจาก

18.1 สงคราม การรุกราน การกระทำของชาติศัตรู การสู้รบ หรือการปฏิบัติการที่มีลักษณะ
เป็นการทำสงคราม (จะได้ประกาศสงครามหรือไม่ก็ตาม)

18.2 สงครามการเมือง การแข็งข้อของทหาร การกบฏ การปฏิวัติ การต่อต้านรัฐบาล การยึด
อำนาจการปกครองโดยกำลังทหาร หรือโดยประการอื่น ประชาชนก่อความวุ่นวายถึงขนาด หรือเท่ากับการ
ลุกฮือต่อต้านรัฐบาล

18.3 วัตถุอาวุธปรมาณู

18.4 การแตกตัวของประชากรแผ่รังสี การกระทบกับกัมมันตภาพรังสี จากเชื้อเพลิงปรมาณู
หรือจากกากปรมาณูอันเกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงปรมาณูและสำหรับจุดประสงค์ ข้อสัญญาฯ นี้ การ
เผาไหม้นั้นรวมถึงกรรมวิธีใด ๆ แห่งการแตกแยกปรมาณู ซึ่งดำเนินติดต่อกันด้วยตัวของมันเอง

18.5 ความเสียหายที่เกิดจากกรณีที่ถูกยกยอก ฉ้อโกง กรรโชก ลักทรัพย์ รีดเอาทรัพย์ ชิง
ทรัพย์ หรือปล้นทรัพย์

18.6 การใช้นอกประเทศ

18.7 การใช้ในทางที่ผิดกฎหมาย ได้แก่ ใช้รถไปปล้นทรัพย์ ชิงทรัพย์ หรือใช้ขนยาเสพติด
เป็นต้น

18.8 การใช้ในการแข่งขันความเร็ว

ข้อ 19. ข้อสัญญาพิเศษ ภายใต้จำนวนเงินคุ้มครองผู้ประสบภัยที่ระบุไว้ในตาราง บริษัทจะไม่
ยกเอาความไม่สมบูรณ์แห่งกรมธรรม์ประกันภัย หรือความประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงของผู้เอาประกันภัย
หรือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์นี้ เว้นแต่ข้อ 18.1, 18.2, 18.3, 18.4, 18.5 และ 18.6 เป็นข้อต่อสู้ผู้ประสบภัย เพื่
อปฏิเสธความรับผิดชอบตามกฎหมายนี้ เมื่อบริษัทได้ใช้ค่าสินไหมทดแทนไปแล้ว แต่บริษัทไม่ต้องรับผิดชอบ
กฎหมาย หรือตามกฎหมายนี้ต่อผู้เอาประกันภัย เพราะกรณีดังกล่าวข้างต้นนั้นซึ่งผู้เอาประกันภัยต้องรับผิดชอบ
ต่อผู้ประสบภัย ผู้เอาประกันภัยต้องใช้จำนวนเงินที่บริษัทได้จ่าย ไปนั้นคืนให้บริษัทภายใน 7 วัน

5. ประวัติความเป็นมา บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด

บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด เป็นบริษัทประกันวินาศภัยในเครือของกลุ่มซีจีเอ็นยู ซึ่งเป็นกลุ่มประกันภัยที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร (United of Kingdom) เกิดจากการรวมกิจการของสองบริษัทใหญ่ในสหราชอาณาจักร (United of Kingdom) คือ บริษัท ซีจียู ประกันภัย จำกัด และ บริษัท นอริชยูเนียน จำกัด ซีจีเอ็นยู เป็นกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการทางการเงินที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีการดำเนินกิจการทั้งในด้านการประกันชีวิต การประกันวินาศภัย รวมทั้งการบริหารเงินกองทุน นอกจากนี้ กลุ่ม ซีจีเอ็นยู ยังมีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์และการกู้ยืมอีกด้วย โดยมีเครือข่ายมากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก มีสินทรัพย์ภายใต้การบริหารมากกว่า 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐและเบี้ยประกันภัยรวบรวมทั่วโลกมากกว่า 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ

สำหรับประเทศไทย เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2542 บริษัท ซีจียู ประกันภัย (ไทย) จำกัด ได้เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ โดยเป็นผลจากการรวมกิจการของบริษัท คอมเมอร์เชียลยูเนียน ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เยนเนอร์ล แอ็คซิเดนท์ ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีประวัติและชื่อเสียงในธุรกิจประกันภัยในประเทศไทยมานานกว่า 100 ปี

บริษัท คอมเมอร์เชียลยูเนียน ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทในเครือของกลุ่มคอมเมอร์เชียลยูเนียน แอสซิวรันส์ (ซี ยู กรุ๊ป) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในทวีปยุโรป ประวัติอันยาวนานของ ซียู ประกันภัย ในประเทศไทย เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2422 โดย คอมเมอร์เชียลยูเนียน ได้แต่งตั้งตัวแทนให้ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ.2510 ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาประจำประเทศไทยขึ้นในเดือนตุลาคม 2510 และในปี พ.ศ.2526 ได้เปลี่ยนมาเป็นบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยโดยมีคนไทยถือหุ้นและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน

บริษัท เยนเนอร์ล แอ็คซิเดนท์ ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นที่เมืองเพิร์ธ ประเทศ สกอตแลนด์ เมื่อปี พ.ศ.2428 และเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นบริษัทประกันภัยชั้นนำของสหราชอาณาจักร มีขอบข่ายการดำเนินธุรกิจในกว่า 40 ประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทย บริษัทได้แต่งตั้งตัวแทนเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2478 และภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง บริษัทได้เปิดสำนักงานสาขาแห่งแรกขึ้น ต่อมาในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2525 สำนักงานสาขาแห่งนี้ได้เปลี่ยนมาเป็นบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า เดอะ นิวซีแลนด์ ประกันภัย และภายหลังก็ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เยนเนอร์ล แอ็คซิเดนท์ ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด

เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2545 กลุ่ม บริษัท ซีจีเอ็นยู ได้ทำการเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น อวิว่า (AVIVA) โดยใช้กันทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2545 บริษัท ซีจียู ประกันภัย (ไทย) จำกัด ได้ทำการเปลี่ยนชื่อใหม่อย่างเป็นทางการ โดยใช้ชื่อว่า บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด (AVIVA INSURANCE (THAI) CO., LTD.)

บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่เบี้ยประกันภัยรับมากเป็นหนึ่งในห้าอันดับแรกของบริษัทประกันวินาศภัยในประเทศไทย มีสาขา 3 สาขา และศูนย์บริการทั่วประเทศ มีพนักงานมากกว่า 350 คน และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมกับการรับสถานการณ์ดังได้กล่าวข้างต้น บริษัทฯ จะต้องสร้างมาตรฐานในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมกับการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ เพื่อรักษาความเป็นหนึ่งในห้าของผู้ให้บริการประกันวินาศภัยในประเทศ

ไทย บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นเลิศทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั่วประเทศ

ข้อมูลสำคัญของกลุ่มบริษัทอวิว่า

1. อวิว่าเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยที่ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก
 2. อวิว่าเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร
 3. อวิว่าติดอันดับหนึ่งในห้าของธุรกิจประกันชีวิตในยุโรป
 4. อวิว่าติดอันดับหนึ่งในสิบของการบริหารการลงทุนในยุโรปและเป็นอันดับสองในสหราชอาณาจักร
 5. เบี้ยประกันภัยรับ และยอดขายจากการลงทุนของกลุ่มทั่วโลกมีทั้งสิ้น ประมาณ 27,000 ล้านปอนด์
 6. อวิว่ามีสินทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการมากกว่า 200,000 ล้านปอนด์
 7. อวิว่ามีพนักงานทั่วโลกประมาณ 62,000 คน และมีลูกค้าทั่วโลกมากกว่า 15 ล้านคน
- ผลประกอบการปี 2001

ผลกำไรจากการประกอบการของกลุ่มบริษัทชีจีเอ็นยู ในปี 2001 ที่ผ่านมามีจำนวนทั้งสิ้น 2,004 ล้านปอนด์ เพิ่มขึ้น 41% โดยมีผลกำไรจากการรับประกันวินาศภัยถึง 945 ล้านปอนด์ เพิ่มขึ้น 133% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

สินค้าและบริการของบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ต่อลูกค้า

1. ประกันอัคคีภัย และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก
2. ประกันรถยนต์
3. ประกันภัยทางทะเลและการขนส่ง
 - (3.1) ประกันภัยตัวเรือ
 - (3.2) ประกันภัยการขนส่งสินค้าทางทะเล
 - (3.3) ประกันภัยการขนส่งสินค้าภายในประเทศ
4. ประกันภัยเบ็ดเตล็ด
 - (4.1) ประกันภัยทรัพย์สิน
 - (4.1.1) ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด
 - (4.1.2) ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิดสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม
 - (4.1.3) ประกันภัยโจรกรรม
 - (4.1.4) ประกันภัยสำหรับเงิน
 - (4.1.5) ประกันภัยความซื่อสัตย์
 - (4.1.6) ประกันภัยผู้เล่นกอล์ฟ
 - (4.1.7) แผนประกันผู้เล่นกอล์ฟ
 - (4.1.8) แผนประกันบ้านปลอดภัย
 - (4.1.9) แผนประกันธุรกิจมั่นคง
 - (4.2) ประกันภัยงานวิศวกรรม
 - (4.2.1) ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิดของผู้รับเหมาก่อสร้าง

- (4.2.2) ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิดของผู้รับเหมาติดตั้งเครื่องจักร
 - (4.2.3) ประกันภัยเครื่องจักร
 - (4.2.4) ประกันภัยคอมพิวเตอร์
 - (4.3) ประกันภัยความรับผิดตามกฎหมาย
 - (4.3.1) ประกันภัยความรับผิดต่อสาธารณชน
 - (4.3.2) ประกันภัยเงินทดแทนแรงงาน
 - (4.3.3) ประกันภัยความรับผิดของนายจ้างต่อลูกจ้าง
 - (4.3.4) ประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายอันเกิดจากสินค้า
 - (4.4) ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล
 - (4.4.1) ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล (รายเดี่ยวและรายกลุ่ม)
 - (4.4.2) ประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทาง (รายเดี่ยวและรายกลุ่ม)
 - (4.4.3) ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล สำหรับผู้โดยสารเรือ โดยสารรับจ้าง
 - (4.4.4) ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล สำหรับนักท่องเที่ยว
 - (4.4.5) ประกันภัยอุบัติเหตุรวมคุ้มครองค่าชดเชยกรณีเข้าโรงพยาบาลเนื่อง
- จากอุบัติเหตุ
- (4.5) ประกันสุขภาพ
 - (4.5.1) ประกันสุขภาพทั่วโลก
 - (4.5.2) ประกันสุขภาพภายในประเทศ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : 1) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสูงต่อการตัดสินใจทำประกันภัยของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความไม่ต้องการกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การให้บริการที่ดีของบริษัทประกันวินาศภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันวินาศภัย ความสะดวกในการทำประกันภัย ความเหมาะสมระหว่างความคุ้มครองกับเบี้ย ประกันภัย และความสัมพันธ์ และการบริการที่ดีของตัวแทนนายหน้า นอกจากนี้ยังพบว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทประกันวินาศภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด

2. ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานด้านการประกันภัยรถยนต์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นส่วนใหญ่

วิภา เทพไอยบุตร (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของผู้ถือกรรมธรรม์ที่มีต่อการประกัน พ.ร.บ. ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ถือกรรมธรรม์ตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 27 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 6,500 – 11,800 บาท ผลพบว่า

1. ทักษะที่มีต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์ พบว่า ผู้ถือกรรมธรรมมีทักษะที่มีผลต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์โดยรวม เห็นด้วย

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกัน พ.ร.บ. พบว่า ผู้ถือกรรมธรรมส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการประกันพ.ร.บ. อยู่ในระดับมาก

3. ความคิดเห็นของผู้ถือกรรมธรรมเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด พบว่า ผู้ถือกรรมธรรมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวม เห็นด้วย

4. ผู้ถือกรรมธรรมที่มีเพศ อายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีทักษะที่มีต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ถือกรรมธรรมที่มีระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีทักษะที่มีต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์โดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6. ผู้ถือกรรมธรรมที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันพ.ร.บ. มาก และที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันพ.ร.บ. น้อย มีทักษะที่มีต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์โดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

7. ความคิดเห็นของผู้ถือกรรมธรรมเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับทักษะที่มีผลต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01

เกียรติพงษ์ มากประภา (2546) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้ามีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอส) โดยรวมอยู่ในระดับสูง และมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในระดับสูง

2. ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอส) และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีแทคของลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอส) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอส) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปริญญา บัวทอง (2546) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านซิคเก็น ทรีท" ผลของการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 -24 ปี มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต มีความคาดหวังมากที่สุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวมในด้าน 5 ด้าน คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ความเอาใจใส่ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่าลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการในด้านความเชื่อถือและ ไว้วางใจได้มากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ

2. ลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีเพศต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าในด้านความเอาใจใส่ เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีอายุต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในทุกไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความคาดหวังของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ได้รับการตามความคาดหวังจริงจากการบริการของร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวมในด้าน 5 ด้าน คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ความเอาใจใส่ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ได้รับการตามความคาดหวังจริง ในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในด้าน ความเชื่อถือไว้วางใจได้มากที่สุด รองลงมาคือด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ความเอาใจใส่ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ

4. ลูกค้าร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ที่มีเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ได้รับการในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ จากร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย (2546) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน" ผลของการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้างรับจ้าง และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจ มีค่าเป็นบวก แสดงว่า คุณภาพการบริการดีกว่าความคาดหวัง ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเป็นลบ แสดงว่า คุณภาพบริการไม่ด้อย่างที่คาดหวัง
2. ความคาดหวังต่อการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
3. ความคาดหวังต่อการบริการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของอาชีพที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านลักษณะทางกายภาพของอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
4. การได้รับบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของเพศและอาชีพที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
5. การได้รับบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
6. การได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเข้าถึงจิตใจของอายุที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านลักษณะทางกายภาพและความมั่นใจของอายุที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
7. การได้รับบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็วของระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้เอาประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งมีทั้งหมดประมาณ 82,955 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้เอาประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีเปิดตาราง Yamane (Taro Yamane. 1967 : 886) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 398 คน และสำรวจไว้ 5% ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 20 คน เพื่อสำรวจแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือการคำนวณหาขนาด ตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญ

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{82,955}{[1 + (82,955)(0.05)^2]}$$

$$= 398$$

$$\text{สำรวจ } 5\% = 398 \times 5\% = 20 \text{ คน}$$

การวางแผนเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgement Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามเฉพาะลูกค้าผู้ประกอบการกันภัยรถยนต์ บริษัท อีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด และดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างอันเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด 398 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบและปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน รวมทั้งสิ้น 33 ข้อ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
4. การศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
6. รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคาดหวังของลูกค้าจากการใช้บริการ จำนวน 25 ข้อ และระดับการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ จำนวน 25 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของบริษัท อีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scales) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก โดยลักษณะคำถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance)
5. ความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า (Empathy)

ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

<u>ระดับความคาดหวังและการได้รับบริการ</u>	<u>ค่าประเมิน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของสิ่งที่คาดหวังและได้รับบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ โดยใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังต่อไปนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (S)}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ตาราง 1 เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับความคาดหวังจากการบริการ	ระดับผลการบริการที่ได้รับ
4.21 – 5.00	มากที่สุด	ดีที่สุด
3.41 – 4.20	มาก	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย	ไม่ดี
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด	ไม่ดีที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำนวน 2 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง ความพึงพอใจ การรับรู้การบริการ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ 6 ข้อ

ส่วนที่ 2. แบบสอบถามระดับความคาดหวังจากการบริการจำนวน 25 ข้อ และระดับผลการบริการที่ลูกค้าได้รับจำนวน 25 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scales) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามในด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการบริการของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ เป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 2 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมปริญญาโท ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และแนะนำข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้อ่านแล้วเข้าใจและตรงตามความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า หลังจากนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความสอดคล้องครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในเรื่องที่จะวัดเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาคุณภาพ โดยไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้แบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลการศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด จำนวน 398 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการทำวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำราที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลทีลงรหัสมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS : Statistic Package for Social Sciences)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติสำเร็จรูปสามารถแยกการวิเคราะห์ได้ดังนี้
 - 4.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และ รายได้
 - 4.2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้สถิติ Dependent Sample -Test เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทดสอบความแตกต่าง

ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ตามความคาดหวังของลูกค้า และบริการที่ได้รับจริงของลูกค้า

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับการนำเสนอและการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความคาดหวังในการบริการ ผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ และความพึงพอใจ ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

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

เมื่อ s แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ ครอนบัต (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละรายข้อ

s_t^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ในการทดสอบสมมุติฐานโดย

3.1 ค่า T-Test เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ในการทดสอบสมมุติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการบริษัทประกัน อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังจากการบริการสูงกว่าบริการที่รับรู้ได้ โดยใช้สถิติ Dependent Sample t-test ณระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (ล้วน สายยศ. 2538 : 134) ดังนี้

$$t = \frac{\sum d}{\sqrt{\frac{n \sum d^2 - (\sum d)^2}{n-1}}}$$

เมื่อ $\sum d$ คือ ผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่

n คือ จำนวนประชากร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้า จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
P	แทน	ค่าเฉลี่ยของการได้รับการบริการ
F-Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
E	แทน	ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการ
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
LSD	แทน	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree Of Freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 7 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, การศึกษา, อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลในด้านความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ได้รับของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ ในการบริการ 5 ด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ (Assurance)

5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า (Empathy)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการได้รับการ
ของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐานความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของ บริษัท อีวีว่า
ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ โดยในด้านเพศ ใช้สถิติทดสอบ t-test Independent ในด้าน
อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทาง
เดียว (One-way Analysis Of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการ
เปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Different :
LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2543 : 161)

ตอนที่ 6 ทดสอบสมมติฐานผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย
(ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ ในด้านเพศ ใช้สถิติทดสอบ t-test Independent ในด้าน อายุ สถานภาพ
การสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-
way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบ
พหุคูณโดยวิธีการทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Different : LSD) (กัลยา
วาณิชยปัญญา. 2543 : 161)

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ
ในการบริการจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ ในด้านคุณภาพบริการทั้ง 5
ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้าน
ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยใช้สถิติ Dependent T-test

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	205	51.5
หญิง	193	48.5
รวม	398	100.0
2. อายุ		
18 - 27 ปี	93	23.4
28 - 37 ปี	158	39.7
38 - 47 ปี	103	25.8
48 ปี ขึ้นไป	44	11.1
รวม	398	100.0
3. สถานภาพการสมรส		
โสด	171	43.0
สมรส / อยู่ด้วยกัน	209	52.5
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	18	4.5
รวม	398	100.0
4. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	115	28.9
ปริญญาตรี	246	61.8
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.3
รวม	398	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักศึกษา	17	4.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	10.8
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	234	58.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	104	26.1
รวม	398	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	17.1
10,000 - 19,999 บาท	124	31.2
20,000 - 29,999 บาท	98	24.6
30,000 - 39,999 บาท	43	10.8
40,000 - 49,999 บาท	30	7.5
50,000 บาท ขึ้นไป	35	8.8
รวม	398	100.0

จากตาราง 2 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

1. เพศ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด จำนวน 398 คน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 205 คนคิดเป็นร้อยละ 51.5 และเป็นเพศหญิงจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 ตามลำดับ

2. อายุ เมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีอายุ 28-37 ปี มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ อายุ 37-47 ปี มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อายุ 18-27 ปี มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ อายุ 48 ปีขึ้นไป มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

3. สถานภาพการสมรส เมื่อพิจารณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ โสด มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 และ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

5. อาชีพ เมื่อพิจารณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า

ประกันภัย (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และ นักศึกษา มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-19,999 บาท มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 มีรายได้ระหว่าง 30,000-39,999 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ มีรายได้ระหว่าง 40,000-39,999 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การวิจัยนำร่องโดยใช้กลุ่มขนาดตัวอย่าง 50 คน ซึ่งในการวิจัยนำร่องโดยใช้กลุ่มขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 25 หน่วย แต่ส่วนใหญ่จะใช้ 50 – 75 หน่วย (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545 : 30) นำผลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามไปวิเคราะห์ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของระดับความคาดหวังในการบริการ และระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ จากการให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ของบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha)
ความคาดหวังในการบริการบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด	.9438
การบริการที่ได้รับจากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด	.9236
ความคาดหวังในการบริการและการบริการที่ได้รับ	.9268

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีค่าความเชื่อมั่นของระดับความคาดหวังในการบริการเท่ากับ 0.9438 ค่าความเชื่อมั่นของระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับเท่ากับ 0.9236 และ ค่าความเชื่อมั่นของระดับความคาดหวังในการบริการและการบริการที่ได้รับเท่ากับ 0.9268

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลในด้านความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ได้รับของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่าประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังในการบริการและผลการบริการทั้ง 5 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการ
 ที่ผู้ใช้บริการได้รับในการบริการรวม 5 ด้าน จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
 ด้านประกันภัยรถยนต์

การบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ความคาดหวังในการบริการ			
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.27	0.54	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	4.44	0.55	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.23	0.63	มากที่สุด
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	4.38	0.60	มากที่สุด
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	4.34	0.64	มากที่สุด
รวม	4.33	0.51	มากที่สุด
ผลการบริการที่ได้รับ			
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.55	0.57	ดี
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	3.70	0.65	ดี
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.39	0.65	ดี
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	3.58	0.66	ดี
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	3.59	0.67	ดี
รวม	3.56	0.54	ดี

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาในภาพรวมของการบริการแล้ว พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด อยู่ระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมที่ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.44 รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยที่ 4.38 ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้ามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.34 ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.27 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.23 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยของผลการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการอยู่ระดับดีทั้ง 5 ด้าน โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผลการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.70 รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้ามีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.59 ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.58 ผลการบริการด้านลักษณะทางกายภาพมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.55 ผลการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.39 ตามลำดับ และเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการ และผลการบริการที่ได้รับทั้งผลรวมและรายด้านพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการบริการที่ได้รับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการ
 ที่ผู้ใช้บริการได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
 ด้านประกันภัยรถยนต์

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความคาดหวังในการบริการ			ผลการบริการที่ได้รับ			ผลต่าง
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
1. เป็นบริษัทที่มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวก ต่อการเดินทางมาติดต่อ	4.29	0.71	มากที่สุด	3.68	0.86	ดี	0.61
2. มีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวก ในการต่ออายุ กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ เพียงพอ	4.26	0.79	มากที่สุด	3.43	0.87	ดี	0.83
3. จำนวนข้อมูลรถยนต์ที่มี มาตรฐานในสังกัดของบริษัท	4.34	0.77	มากที่สุด	3.37	0.79	ปานกลาง	0.97
4. จำนวนรถยนต์และรถลากที่ให้ บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่ รถยนต์ที่เอาประกัน	4.09	0.82	มากที่สุด	3.13	0.84	ปานกลาง	0.96
5. คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้	4.44	0.74	มากที่สุด	3.45	0.84	ดี	0.99
6. ความสุภาพเรียบร้อยของ พนักงานรับประกัน เรื่อง การแต่งกาย	4.23	0.76	มากที่สุด	3.88	0.75	ดี	0.35
7. ความสุภาพเรียบร้อยของ พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุ เรื่อง การแต่งกาย	4.20	0.81	มากที่สุด	3.86	0.75	ดี	0.34
9. ความทันสมัยของระบบ คอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการออก กรมธรรม์ประกันรถยนต์และ บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	4.32	0.75	มากที่สุด	3.57	0.87	ดี	0.75
รวม	4.27	0.54	มากที่สุด	3.55	0.57	ดี	0.72

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 4.27 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความคาดหวังในเรื่องคุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้มากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.4 รองลงมาคือ จำนวนข้อมูลรถยนต์ที่มีมาตรฐานใน

สังกัดของบริษัท มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.34 ความทันสมัยของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และบริการรับแจ้งอุบัติเหตุมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.32 เป็นบริษัทประกันภัยที่มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.29 มีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวกในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์เพียงพอมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.26 ความสภาพเรียบร้อยของพนักงานรับประกัน เรื่องการแต่งกายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.23 ความสภาพเรียบร้อยของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุเรื่องการแต่งกาย มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.20 จำนวนรถยก และรถลากที่ให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่รถยนต์ที่เอาประกันมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.09 ตามลำดับ

ในด้านผลการบริการที่ลูกค้าได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 3.55 โดยผลการบริการที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสภาพเรียบร้อยของพนักงานรับประกัน เรื่องการแต่งกายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.88 รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความสภาพเรียบร้อยของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุเรื่องการแต่งกายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.86 ผลการบริการด้านเป็นบริษัทประกันภัยที่มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.68 ผลการบริการด้านความทันสมัยของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และบริการรับแจ้งอุบัติเหตุมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.57 ผลการบริการด้านคุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้มากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.45 ผลการบริการด้านมีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวกในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์เพียงพอมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.43 ผลการบริการด้านจำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานในสังกัดของบริษัทมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.37 ผลการบริการด้านจำนวนรถยก และรถลากที่ให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่รถยนต์ที่เอาประกันมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.13 ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่
 ผู้ใช้บริการได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
 ด้านประกันภัยรถยนต์

ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	ความคาดหวังในการบริการ			ผลการบริการที่ได้รับ			ผลต่าง
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
9. เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มี ความมั่นคงทางการเงิน และ รักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ ตามตารางกรมธรรม์	4.56	0.60	มากที่สุด	3.91	0.80	ดี	0.65
10. การคำนวณเบี้ยประกันภัย รถยนต์มีความถูกต้อง แม่นยำและยุติธรรมตาม อัตราเบี้ยประกันภัยที่ กรมการประกันภัยกำหนด	4.38	0.69	มากที่สุด	3.58	0.81	ดี	0.80
11. มีความเชี่ยวชาญด้านประกันภัย รถยนต์	4.37	0.71	มากที่สุด	3.71	0.76	ดี	0.66
12. ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตาม กำหนดนัดหมาย	4.47	0.71	มากที่สุด	3.60	0.89	ดี	0.87
รวม	4.44	0.55	มากที่สุด	3.70	0.65	ดี	0.74

จากตาราง 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 4.44 เมื่อพิจารณารายข้อความคาดหวังเรื่องเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงทางการเงินและรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรมธรรม์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.56 รองลงมาคือ ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.47 การคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์ มีความถูกต้องแม่นยำและยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนด มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.38 มีความเชี่ยวชาญด้านประกัน ภัยรถยนต์มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.37 ตามลำดับ

ในระดับผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 3.70 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการในด้านเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงทางการเงินและรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรมธรรม์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.91 รองลงมาคือ ผลการบริการด้านมีความเชี่ยวชาญด้านประกัน ภัยรถยนต์มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.71 ผลการบริการด้าน ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.60 ผลการบริการด้านการคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์มีความถูกต้องแม่นยำ และยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนดมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่
ผู้ใช้บริการได้รับในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ความคาดหวังในการบริการ			ผลการบริการที่ได้รับ			ผลต่าง
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
13. พนักงานสินไหมให้ความ ช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกัน เมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์	4.37	0.72	มากที่สุด	3.67	0.76	ดี	0.70
14. ความรวดเร็วในการดำเนินการ จ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับ ประโยชน์กรณีผู้เอาประกัน เสียชีวิต	4.41	0.70	มากที่สุด	3.48	0.80	ดี	0.93
15. ให้คำแนะนำและจัดทนายความ ให้ผู้เอาประกันกรณี คดีอาญา	4.20	0.79	มาก	3.30	0.84	ปานกลาง	0.90
16. ความรวดเร็วในการประกันตัวผู้ เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่ รถยนต์กรณีคดีอาญา	4.29	0.78	มากที่สุด	3.43	0.84	ดี	0.86
17. จัดส่งพวงหรีดและค่าทำศพ ให้แก่คู่กรณีที่เสียชีวิตจาก อุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้ เอาประกันทันที	3.87	1.02	มาก	3.04	1.06	ปานกลาง	0.83
รวม	4.23	0.63	มากที่สุด	3.39	0.65	ดี	0.84

จากตาราง 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีระดับความคาดหวังในการบริการในด้านการตอบสนองต่อการบริการโดยรวมมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความคาดหวังในความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับประโยชน์กรณีผู้เอาประกันเสียชีวิตมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.41 รองลงมาคือ ความคาดหวังในพนักงานสินไหมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.37 ความรวดเร็วในการประกันตัวผู้เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่รถยนต์กรณีคดีอาญามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.29 ให้คำแนะนำ และจัดทนายความให้ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.20 จัดส่งพวงหรีด และค่าทำศพให้แก่คู่กรณีที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้เอาประกันทันทีมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.87 ตามลำดับ

ในระดับผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับด้านการตอบสนองต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับดีมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.39 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลการบริการในด้านพนักงานสินไหมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.67 รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับประโยชน์กรณีผู้เอาประกันเสียชีวิตมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด

ที่ 3.48 ผลการบริการด้านความรวดเร็วในการประกันตัวผู้เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่รถยนต์กรณีคดีอาญามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.43 ผลการบริการด้านให้คำแนะนำและจัดทนายความให้ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญามีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.30 ผลการบริการด้านจัดส่งพวงหรีดและคำทำศพให้แก่ผู้กรณีที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้เอาประกันทันทีมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.04 ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	ความคาดหวังในการบริการ			ผลการบริการที่ได้รับ			ผลต่าง
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
18. พนักงานรับประกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรมธรรม์อย่างมีอาชีพ	4.39	0.69	มากที่สุด	3.69	0.84	ดี	0.70
19. พนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณี ณ จุดเกิดอุบัติเหตุ	4.36	0.72	มากที่สุด	3.62	0.83	ดี	0.74
20. พนักงานสินไหมมีความรู้และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม	4.36	0.72	มากที่สุด	3.59	0.82	ดี	0.77
21. อยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญ	4.41	0.74	มากที่สุด	3.43	0.83	ดี	0.98
รวม	4.38	0.60	มากที่สุด	3.58	0.66	ดี	0.80

จากตาราง 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีระดับความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 4.38 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความคาดหวังในด้านอยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญ มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.41 รองลงมาคือ ความคาดหวังในด้านพนักงานรับประกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้ และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรมธรรม์อย่างมีอาชีพมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.39 โดยความคาดหวังในด้านพนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณี ณ จุดเกิดอุบัติเหตุและด้านพนักงานสินไหมมีความรู้ และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความ ซื่อสัตย์ยุติธรรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.36 เท่ากัน ตามลำดับ

ในระดับผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับดีโดย มีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.58 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการในด้านพนักงานต้อนรับกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรมธรรม์อย่างมีอาชีพมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.69 รองลงมาคือผลการบริการในด้านพนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณีจนจุดเกิดอุบัติเหตุมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.62 ผลการบริการด้านพนักงานสินไหมมีความรู้และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความ ซื่อสัตย์ยุติธรรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.59 ผลการบริการด้านอยู่ซ่อมรถยนต์ ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.43 ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมี ต่อลูกค้า	ความคาดหวังในการบริการ			ผลการบริการที่ได้รับ			ผลต่าง
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
22. ความรวดเร็วของการจัดส่ง จดหมายเตือนต่ออายุและ กรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่	4.15	0.84	มากที่สุด	3.57	0.96	ดี	0.58
23. มีพนักงานบริการรับแจ้ง อุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง	4.48	0.75	มากที่สุด	3.76	0.88	ดี	0.72
24. ส่วนลดประวัติดี กรณีลูกค้าไม่ เคยเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ใน ปีก่อน	4.34	0.78	มากที่สุด	3.72	0.86	ดี	0.62
25. อยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซม รถยนต์อยู่ซ่อมรถยนต์ทำการ ซ่อมแซมรถยนต์	4.38	0.77	มากที่สุด	3.31	0.85	ปานกลาง	1.07
รวม	4.34	0.64	มากที่สุด	3.59	0.67	ดี	0.75

จากตาราง 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีระดับความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้าโดยรวมมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความคาดหวังในด้านมีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.48 รองลงมาคือความคาดหวังในด้านอยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.38 ความคาดหวังในด้านส่วนลดประวัติดี กรณีลูกค้าไม่เคยเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ในปีก่อนมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.34 ความคาดหวังในด้านความรวดเร็วของการจัดส่งจดหมายเตือนต่ออายุและกรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.15 ตามลำดับ

ในระดับผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับในด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้าโดยรวมดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 3.09 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการด้านมีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมงมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.76 รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความรวดเร็วของการจัดส่งจดหมาย

เดือนต่ออายุ และกรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.57 ผลการบริการการด้านอู่ซ่อมรถยนต์
ทำการซ่อมแซมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมายมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.31 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับ บริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในการบริการ
และผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการ	P	E	(P – E)	SD	คุณภาพการบริกา
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.55	4.27	-0.72	0.71	ต่ำกว่าความคาดหวัง
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	3.70	4.44	-0.74	0.75	ต่ำกว่าความคาดหวัง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.39	4.23	-0.84	0.87	ต่ำกว่าความคาดหวัง
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	3.58	4.38	-0.80	0.85	ต่ำกว่าความคาดหวัง
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	3.59	4.34	-0.75	0.81	ต่ำกว่าความคาดหวัง
รวม	3.56	4.33	-0.77	0.71	ต่ำกว่าความคาดหวัง

จากตาราง 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีคุณภาพการบริการโดยรวมต่ำกว่าความคาดหวังมีคะแนนเฉลี่ยรวมที่ -0.77 ซึ่งหมายถึงมีคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง หรือไม่พอใจในคุณภาพการบริการ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าสูงสุดมีคะแนนเฉลี่ยที่ -0.84 รองลงมาคือ ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยที่ -0.80 ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้ามีคะแนนเฉลี่ยที่ -0.75 ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมีคะแนนเฉลี่ยที่ -0.74 ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านลักษณะกายภาพมีคะแนนเฉลี่ยที่ -0.72 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐานความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการของ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัดด้านประกันภัยรถยนต์โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 11 ถึง ตารางที่ 27

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน

5.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

ตาราง 11 เปรียบเทียบความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ

เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	df	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.28	0.54	4.26	0.53	-.270	395	0.767
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	4.44	0.57	4.45	0.53	-.194	395	0.846
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.21	0.64	4.25	0.62	-.680	395	0.497
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	4.39	0.60	4.39	0.59	-.370	395	0.711
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	4.30	0.64	4.37	0.64	-.010	395	0.313
รวม	4.32	0.52	4.35	0.52	-.693	394	0.489

จากตาราง 11 เป็นการทดสอบค่าความแตกต่างด้วยค่าสถิติ Independent T-test โดยทำการเปรียบเทียบค่าความคาดหวังในการบริการของเพศชายและเพศหญิง พบว่าเพศชายมีค่าความคาดหวังในการบริการคะแนนเฉลี่ยที่ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด เพศหญิงมีความคาดหวังในการบริการคะแนนเฉลี่ยที่ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่า Probability (p) มีค่าเท่ากับ 0.489 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้ให้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

5.2 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis Of Variance – One Way ANOVA และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐาน แสดงดังตาราง 12 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 12 วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
คุณภาพบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.913	0.971	3.441*	0.017
	ภายในกลุ่ม	394	111.187	0.282		
	รวม	397	114.100			
ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.471	0.157	0.516	0.672
	ภายในกลุ่ม	394	119.938	0.304		
	รวม	397	120.409			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	0.379	0.126	0.353	0.787
	ภายในกลุ่ม	394	141.084	0.358		
	รวม	397	141.463			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.130	0.710	1.819	0.145
	ภายในกลุ่ม	394	153.846	0.390		
	รวม	397	155.976			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	0.915	0.325	0.736	0.531
	ภายในกลุ่ม	394	163.219	0.414		
	รวม	397	164.134			
ด้านความคาดหวังในการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.963	0.321	1.219	0.302
	ภายในกลุ่ม	394	103.710	0.263		
	รวม	397	104.673			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.302 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.017 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

ส่วนด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.672, 0.787, 0.143 และ 0.531 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในรายคู่รายใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 13 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	18-27	28-37	38-47	48 ปีขึ้นไป
		4.233	4.303	4.347	4.056
18-27	4.233	-	-0.070 (0.314)	-0.114 (0.137)	0.177 (0.069)
28-37	4.303		-	-0.044 (0.520)	0.247* (0.007)
38-47	4.347			-	0.291* (0.003)
48 ปีขึ้นไป	4.056				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 28-37 ปี กับ ที่มีอายุมากกว่า 48 ปีขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 28-37 ปี

มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 48 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.247

ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี กับ ที่มีอายุมากกว่า 48 ปีขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะกายภาพ แตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.291 ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

5.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้ใช้บริการบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการที่ต่างกัน

- H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 14

ตาราง 14 วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความ					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.079	0.040	0.137	0.872
	ภายในกลุ่ม	394	113.946	0.289		
	รวม	396	114.025			
ด้านความเชื่อถือได้ใน การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.297	0.148	0.489	0.614
	ภายในกลุ่ม	394	119.628	0.304		
	รวม	396	119.925			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.156	0.078	0.217	0.805
	ภายในกลุ่ม	394	141.293	0.359		
	รวม	396	141.449			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้ การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.215	0.108	0.272	0.762
	ภายในกลุ่ม	394	155.622	0.395		
	รวม	396	155.837			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการ มีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.216	0.108	0.259	0.772
	ภายในกลุ่ม	394	163.892	0.416		
	รวม	396	164.108			
ด้านความคาดหวังในการ บริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.038	0.019	0.071	0.932
	ภายในกลุ่ม	394	104.631	0.266		
	รวม	396	104.669			

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพการสมรส กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.932 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพด้านความเชื่อถือได้ในการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.872, 0.614, 0.805, 0.762 และ 0.772 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

5.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1.4 ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน

- H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 15

ตาราง 15 วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความแปรปรวน					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.787	0.894	3.143*	0.044
	ภายในกลุ่ม	395	112.313	0.284		
	รวม	397	114.100			
ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.086	1.043	3.482*	0.032
	ภายในกลุ่ม	395	118.323	0.300		
	รวม	397	120.409			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.578	0.789	2.018	0.134
	ภายในกลุ่ม	395	154.398	0.391		
	รวม	397	155.976			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.833	0.931	2.593	0.876
	ภายในกลุ่ม	395	139.630	0.353		
	รวม	397	141.463			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.755	0.878	2.135	0.120
	ภายในกลุ่ม	395	162.379	0.411		
	รวม	397	164.134			
ด้านความคาดหวังในการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.736	0.868	3.330*	0.037
	ภายในกลุ่ม	395	102.937	0.261		
	รวม	397	104.673			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.134, 0.076 และ 0.120 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.044 และ 0.032 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพและด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างกันในรายคู่รายใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 16 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	4.240	4.254	4.479
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.240	-	-0.014 (0.812)	-0.239* (0.018)
ปริญญาตรี	4.254		-	-0.225* (0.017)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.479			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก

บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.239

ผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.225

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 17 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	4.365	4.453	4.635
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.365	-	-0.088 (0.155)	-0.270* (0.009)
ปริญญาตรี	4.453		-	-0.182 (0.060)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.635			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.270 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

5.5 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1.5 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.140	1.047	3.317*	0.012
	ภายในกลุ่ม	394	110.959	0.282		
	รวม	397	114.100			
ด้านความเชื่อถือได้ในการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.746	0.915	3.065*	0.029
	ภายในกลุ่ม	394	117.663	0.299		
	รวม	397	120.409			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	3.884	1.295	3.354*	0.019
	ภายในกลุ่ม	394	152.092	0.386		
	รวม	397	155.976			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.100	1.367	3.920*	0.009
	ภายในกลุ่ม	394	137.363	0.349		
	รวม	397	141.463			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมี ต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	6.715	2.239	5.603*	0.001
	ภายในกลุ่ม	394	157.419	0.400		
	รวม	397	164.124			
ด้านความคาดหวังในการบริการโดย รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.860	1.287	5.029*	0.002
	ภายในกลุ่ม	394	100.813	0.256		
	รวม	397	104.673			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า

0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.012, 0.029, 0.019, 0.009 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างกันในรายกลุ่มใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 19 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
	$\bar{X}$	4.000	4.244	4.240	4.397
นักศึกษา	4.000	-	-0.244 (0.109)	-0.240 (0.072)	-0.397* (0.005)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.244		-	0.004 (0.966)	-0.153 (0.114)
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	4.240			-	-0.157* (0.013)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.397				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.397

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.397 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 20 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
	$\bar{X}$	4.103	4.477	4.428	4.524
นักศึกษา	4103	-	-0.374* (0.017)	-0.325* (0.018)	-0.421* (0.003)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.477		-	0.049 (0.594)	-0.047 (0.633)
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	4.428			-	-0.096 (0.138)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.524				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.394

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.325

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา

มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือว่าในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.421

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 21 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
	$\bar{X}$	3.812	4.205	4.220	4.321
นักศึกษา	3.812	-	-0.393* (0.028)	-0.408* (0.009)	-0.509* (0.002)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.205		-	-0.015 (0.878)	-0.116 (0.302)
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	4.220			-	-0.101 (0.170)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.321				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.393

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.408

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการ

ตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.509 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 22 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	
	$\bar{X}$	3.926	4.355	4.382	4.454
นักศึกษา	3.926	-0.429*	-0.456*	-0.528*	
		(0.012)	(0.002)	(0.001)	
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.355		-0.027	-0.099	
			(0.777)	(0.352)	
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	4.382			-0.072	
				(0.302)	
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.454				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.429

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.456

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.528 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 23 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
	$\bar{X}$	3.809	4.279	4.327	4.469
นักศึกษา	3.809	-	-0.470* (0.010)	-0.518* (0.001)	-0.660* (0.000)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.279		-	-0.048 (0.648)	-0.190 (0.099)
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	4.327			-	-0.142 (0.058)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.469				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.470

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.518

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.660

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

5.6 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1.6 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน

- H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 24

ตาราง 24 วิเคราะห์ความแปรปรวนความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความแปรปรวน					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.249	0.450	1.576	0.166
	ภายในกลุ่ม	392	111.851	0285		
	รวม	397	114.100			
ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.880	0.776	2.610*	0.024
	ภายในกลุ่ม	392	116.529	0.297		
	รวม	397	120.409			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	6.948	1.390	3.655*	0.003
	ภายในกลุ่ม	392	149.028	0.380		
	รวม	397	155.976			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.819	0.764	2.175	0.056
	ภายในกลุ่ม	392	137.644	0.351		
	รวม	397	141.463			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	7.885	1.577	3.957*	0.002
	ภายในกลุ่ม	392	156.249	0.399		
	รวม	397	164.134			
ด้านความคาดหวังในการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	4.272	0.854	3.336*	0.006
	ภายในกลุ่ม	392	100.401	0.256		
	รวม	397	104.673			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F -Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่ามีค่า F -Prob. เท่ากับ 0.166 และ 0.056 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F -Prob. เท่ากับ 0.024, 0.003 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า แตกต่างกันในรายกลุ่มใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ตาราง 25 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	4.257	4.470	4.423	4.558	4.508	4.586
ต่ำกว่า 10,000	4.257		-0.213* (0.010)	-0.166 (0.054)	-0.301* (0.005)	-0.251* (0.036)	-0.329* (0.004)
10,000-19,999	4.470		-	0.047 (0.530)	-0.088 (0.360)	-0.038 (0.728)	-0.116 (0.267)
20,000-29,999	4.423			-	-0.135 (0.178)	-0.085 (0.456)	-0.163 (0.132)
30,000-39,999	4.558				-	0.050 (0.701)	-0.028 (0.824)
40,000-49,999	4.508					-	-0.078 (0.569)
50,000 ขึ้นไป	4.586						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.213

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.301

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้

บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.251

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.329

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 26 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ (บาท)		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.941	4.286	4.284	4.251	4.360	4.280
ต่ำกว่า 10,000	3.941		-0.345* (0.000)	-0.343* (0.000)	-0.310* (0.010)	-0.419* (0.002)	-0.339* (0.009)
10,000-19,999	4.286		-	0.002 (0.983)	0.035 (0.753)	-0.074 (0.553)	0.006 (0.963)
20,000-29,999	4.284			-	0.033 (0.773)	-0.076 (0.553)	0.004 (0.976)
30,000-39,999	4.251				-	-0.109 (0.459)	-0.029 (0.837)
40,000-49,999	4.360					-	0.080 (0.602)
50,000 ขึ้นไป	4.280						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.345

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.343

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000-39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000-39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.310

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.419

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีการระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.339

ส่วนคู้อื่นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 27 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ (บาท)		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.029	4.385	4.390	4.407	4.450	4.429
ต่ำกว่า 10,000	4.029	-	-0.356* (0.000)	-0.361* (0.000)	-0.378* (0.002)	-0.421* (0.003)	-0.400* (0.003)
10,000-19,999	4.385		-	-0.005 (0.951)	-0.022 (0.845)	-0.065 (0.614)	-0.044 (0.719)
20,000-29,999	4.390			-	-0.017 (0.885)	-0.060 (0.651)	-0.039 (0.758)
30,000-39,999	4.407				-	-0.043 (0.775)	-0.022 (0.881)
40,000-49,999	4.450					-	0.021 (0.892)
50,000 ขึ้นไป	4.429						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.356

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.361

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับ

กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.378

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.421

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.400

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตอนที่ 6 ทดสอบสมมติฐานผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

เป็นการวิเคราะห์ผลบริการที่ได้รับของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 26 ถึง ตารางที่ 47

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้รับการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน

6.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีเพศที่แตกต่างกันได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

ตาราง 28 เปรียบเทียบการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเพศ

การบริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	df	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.56	0.57	3.53	0.57	0.467	395	0.641
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	3.75	0.58	3.64	0.70	1.637	395	0.102
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.43	0.65	3.33	0.64	1.568	395	0.118
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	3.59	0.66	3.56	0.66	0.460	395	0.646
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	3.60	0.60	3.57	0.73	0.526	395	0.599
รวม	3.59	0.51	3.53	0.57	1.104	395	0.270

จากตาราง 28 เป็นการทดสอบค่าความแตกต่างด้วยค่าสถิติ Independent T-test โดยทำการเปรียบเทียบการได้รับการบริการของเพศชายและเพศหญิง พบว่าเพศชายได้รับการบริการคะแนนเฉลี่ยที่ 3.59 อยู่ในระดับมาก เพศหญิงได้รับการบริการคะแนนเฉลี่ยที่ 3.53 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.270 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีเพศแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.641, 0.102, 0.118, 0.646 และ 0.603 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกันได้รับการบริการ ไม่แตกต่างกัน ทั้ง 5 ด้าน

6.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุที่แตกต่างกัน ได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 29 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant

Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 29

ตาราง 29 วิเคราะห์ความแปรปรวนระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความ					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.508	1.169	3.633*	0.013
	ภายในกลุ่ม	394	126.804	0.322		
	รวม	397	130.312			
ด้านความเชื่อถือได้ใน การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.678	0.893	2.155	0.093
	ภายในกลุ่ม	394	163.192	0.414		
	รวม	397	165.870			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	3.553	1.184	2.826*	0.038
	ภายในกลุ่ม	394	165.099	0.419		
	รวม	397	168.652			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้ การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.074	1.358	3.125*	0.026
	ภายในกลุ่ม	394	171.250	0.435		
	รวม	397	175.324			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการ มีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.129	0.710	1.597	0.190
	ภายในกลุ่ม	394	175.080	0.444		
	รวม	397	177.209			
การได้รับการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.022	1.007	3.470*	0.016
	ภายในกลุ่ม	394	114.380	0.290		
	รวม	397	117.401			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.093 และ 0.190 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้

บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการ ในด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.013, 0.038, และ 0.026 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันไป

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในรายคู่อายใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 30 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	18-27	28-37	38-47	48 ปีขึ้นไป
		3.673	3.579	3.434	3.434
18-27	3.673	-	0.094 (0.204)	0.239* (0.003)	0.239* (0.022)
28-37	3.579		-	0.145* (0.045)	0.145 (0.136)
38-47	3.434			-	0.000 (0.998)
48 ปีขึ้นไป	3.434				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 38-47 ปีมีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี ได้รับการบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.239

ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี กับ กลุ่มที่มีอายุ 48 ปีขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี ได้รับการบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 48 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.239

ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 28-37 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 38-47 ปี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 28-37 ปี ได้รับการบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.145

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 31 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	18-27	28-37	38-47	48 ปีขึ้นไป
		3.539	3.386	3.281	3.313
18-27	3.539	-	0.153 (0.070)	0.258* (0.006)	0.226 (0.057)
28-37	3.386		-	0.105 (0.203)	0.073 (0.512)
38-47	3.281			-	-0.032 (0.783)
48 ปีขึ้นไป	3.313				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 38-47 ปี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี ได้รับการบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.258

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 32 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอายุ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	18-27	28-37	38-47	48 ปีขึ้นไป
		3.741	3.582	3.495	3.437
18-27	3.741	-	0.159 (0.065)	0.246* (0.009)	0.304* (0.012)
28-37	3.582		-	0.087 (0.297)	0.145 (0.198)
38-47	3.495			-	0.058 (0.628)
48 ปีขึ้นไป	3.437				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่าผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 38-47 ปี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี ได้รับบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.246

ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี กับ กลุ่มที่มีอายุ 48 ปีขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอายุ 18-27 ปี ได้รับบริการในด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 48 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.304 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

6.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 2.3 ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน ได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน

(Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 33

ตาราง 33 วิเคราะห์ความแปรปรวนการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความ					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.132	0.066	0.201	0.818
	ภายในกลุ่ม	394	129.326	0.328		
	รวม	396	129.458			
ด้านความเชื่อถือได้ใน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.584	0.292	0.696	0.499
	ภายในกลุ่ม	394	165.246	0.419		
	รวม	396	165.830			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.354	0.177	0.415	0.660
	ภายในกลุ่ม	394	167.921	0.426		
	รวม	396	168.275			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้	ระหว่างกลุ่ม	2	1.255	0.628	1.422	0.243
	ภายในกลุ่ม	394	173.893	0.441		
	รวม	396	175.148			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.147	1.574	3.565*	0.029
	ภายในกลุ่ม	394	173.892	0.441		
	รวม	396	177.039			
การได้รับการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.734	0.367	1.240	0.290
	ภายในกลุ่ม	394	116.663	0.296		
	รวม	396	117.397			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพการสมรสกับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.290 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.818, 0.499, 0.660, และ 0.243 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมาย

ความว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ยกเว้นด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าโดยรวมแตกต่างกันในรายคู่รายใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 34 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
		3.502	3.671	3.430
โสด	3.502	-	-0.169* (0.014)	0.072 (0.660)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.671		-	0.241 (0.140)
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	3.430			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสโสด กับสถานภาพการสมรสสมรส/อยู่ด้วยกันมีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสโสด ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า แตกต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสสมรส/อยู่ด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.169

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

6.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 2.4 ผู้ใช้บริการบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 35

ตาราง 35 วิเคราะห์ความแปรปรวนการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์ในการประเมิน	แหล่งความ					
คุณภาพบริการ	แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.782	1.891	5.903*	0.003
	ภายในกลุ่ม	395	126.530	0.320		
	รวม	397	130.312			
ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.452	1.726	4.198*	0.016
	ภายในกลุ่ม	395	162.418	0.411		
	รวม	397	165.870			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	2.884	1.442	3.436*	0.033
	ภายในกลุ่ม	395	165.768	0.420		
	รวม	397	168.652			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.048	2.024	4.668*	0.010
	ภายในกลุ่ม	395	171.277	0.434		
	รวม	397	175.325			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	3.943	1.971	4.494*	0.012
	ภายในกลุ่ม	395	173.266	0.439		
	รวม	397	177.209			
การได้รับบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.517	1.759	6.100*	0.002
	ภายในกลุ่ม	395	113.884	0.288		
	รวม	397	117.401			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา กับ การได้รับการบริการของผู้ใช้ บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้ บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าพบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.003, 0.016, 0.033, 0.010, และ 0.012 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันรับรู้ต่อการได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าโดยรวมแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างกันในรายคู่รายใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 36 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.700	3.481	3.513
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.700	-	0.219* (0.001)	0.187 (0.082)
ปริญญาตรี	3.481		-	-0.032 (0.750)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.513			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.219

ตาราง 37 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.845	3.638	3.655
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.845	-	0.207* (0.004)	0.190 (0.117)
ปริญญาตรี	3.638		-	-0.017 (0.879)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.655			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.207

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 38 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.518	3.340	3.286
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.518	-	0.178* (0.016)	0.232 (0.059)
ปริญญาตรี	3.340		-	0.054 (0.636)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.286			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.178

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 39 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.730	3.535	3.418
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.730	-	0.195* (0.009)	0.312* (0.013)
ปริญญาตรี	3.535		-	0.117 (0.316)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.418			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การศึกษา		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.743	3.533	3.479
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.743	-	0.210* (0.005)	0.264* (0.036)
ปริญญาตรี	3.533		-	0.054 (0.645)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.479			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.210

ผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.264

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

6.5 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 2.5 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance – One Way ANOVA และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไป

เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 41

ตาราง 41 วิเคราะห์ความแปรปรวนระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามจำแนกตามอาชีพ

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.474	1.491	4.669*	0.003
	ภายในกลุ่ม	394	125.838	0.319		
	รวม	397	130.312			
ด้านความเชื่อถือได้ในการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.382	0.461	1.103	0.348
	ภายในกลุ่ม	394	164.488	0.417		
	รวม	397	165.870			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.800	0.600	1.417	0.237
	ภายในกลุ่ม	394	166.852	0.423		
	รวม	397	168.652			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.984	0.328	0.741	0.528
	ภายในกลุ่ม	394	174.340	0.442		
	รวม	397	175.324			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมี ต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.667	0.556	1.247	0.292
	ภายในกลุ่ม	394	175.542	0.446		
	รวม	397	177.209			
การได้รับการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.565	0.522	1.775	0.151
	ภายในกลุ่ม	394	115.836	0.294		
	รวม	397	117.401			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.151 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.348, 0.237, 0.528 และ 0.292 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐาน

รอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์ จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันในรายคู่รายใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 42 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	
	$\bar{X}$	3.816	3.526	3.472	3.682
นักศึกษา	3.816	-	0.290 (0.074)	0.344* (0.016)	0.134 (0.367)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.526	-	0.054 (0.565)	-0.156 (0.127)	
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	3.472		-	-0.210* (0.002)	
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.682			-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่าผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.344

ผู้มาใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา กับ ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีอาชีพนักศึกษา ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.210

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

6.6 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 2.6 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน ได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) และการทดสอบสมมุติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple-Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 43

ตาราง 43 วิเคราะห์ความแปรปรวนการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย)
จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.189	1.438	4.578*	0.000
	ภายในกลุ่ม	392	123.123	0.314		
	รวม	397	130.312			
ด้านความเชื่อถือได้ในการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.845	0.969	2.359*	0.040
	ภายในกลุ่ม	392	161.025	0.411		
	รวม	397	165.870			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	5.023	1.005	2.407*	0.036
	ภายในกลุ่ม	392	163.629	0.417		
	รวม	397	168.652			
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	9.085	1.817	4.285*	0.001
	ภายในกลุ่ม	392	166.239	0.442		
	รวม	397	175.324			
ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมี ต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	4.482	0.896	2.034	0.073
	ภายในกลุ่ม	392	172.727	0.441		
	รวม	397	177.209			
การได้รับการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	5.479	1.096	3.838*	0.002
	ภายในกลุ่ม	392	111.922	0.286		
	รวม	397	117.401			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis Of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.073 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.041, 0.036 และ 0.001 ตามลำดับ น้อย

กว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการ ด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด แตกต่างกันในรายคู่อายใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ตาราง 44 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

		ต่ำกว่า 10,000	10,000-19,999	20,000-29,999	30,000-39,999	40,000-49,999	50,000 ขึ้นไป
รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	3.818	3.537	3.502	3.409	3.350	3.525
ต่ำกว่า 10,000	3.818	-	0.281* (0.001)	0.316* (0.000)	0.409* (0.000)	0.468* (0.000)	0.293* (0.012)
10,000-19,999	3.537		-	0.035 (0.647)	0.128 (0.200)	0.187 (0.101)	0.012 (0.909)
20,000-29,999	3.502			-	0.093 (0.367)	0.152 (0.193)	-0.023 (0.839)
30,000-39,999	3.409				-	0.059 (0.654)	-0.116 (0.367)
40,000-49,999	3.350					-	-0.175 (0.210)
50,000 ขึ้นไป	3.525						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.281

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า

ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.316

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่าประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.409

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่าประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.468

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่าประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.293

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 45 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	3.937	3.675	3.617	3.651	3.633	3.671
ต่ำกว่า 10,000	3.937	-	0.262* (0.007)	0.320* (0.002)	0.286* (0.022)	0.304* (0.031)	0.266* (0.047)
10,000-19,999	3.675		-	0.058 (0.503)	0.024 (0.831)	0.042 (0.747)	0.004 (0.974)
20,000-29,999	3.617			-	-0.034 (0.773)	-0.016 (0.905)	-0.054 (0.669)
30,000-39,999	3.651				-	0.018 (0.907)	-0.020 (0.890)
40,000-49,999	3.633					-	-0.038 (0.811)
50,000 ขึ้นไป	3.671						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.262

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.320

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.286

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.304

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อได้ในการบริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.266

ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่าง

ตาราง 46 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ (บาท)		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.614	3.371	3.371	3.251	3.326	3.262
ต่ำกว่า 10,000	3.614	-	0.243* (0.013)	0.243* (0.018)	0.363* (0.004)	0.288* (0.043)	0.352* (0.009)
10,000-19,999	3.371		-	0.000 (0.996)	0.120 (0.295)	0.045 (0.736)	0.109 (0.383)
20,000-29,999	3.371			-	0.120 (0.309)	0.045 (0.740)	0.109 (0.394)
30,000-39,999	3.251				-	-0.075 (0.624)	-0.011 (0.937)
40,000-49,999	3.326					-	0.064 (0.692)
50,000 ขึ้นไป	3.262						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 เปรียบเทียบระดับการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ (บาท)		ต่ำกว่า 10,000	10,000- 19,999	20,000- 29,999	30,000- 39,999	40,000- 49,999	50,000 ขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.860	3.568	3.591	3.500	3.350	3.350
ต่ำกว่า 10,000	3.860	-	0.292* (0.003)	0.269* (0.009)	0.360* (0.005)	0.510* (0.000)	0.510* (0.000)
10,000-19,999	3.568		-	-0.023 (0.791)	0.068 (0.552)	0.218 (0.100)	0.218 (0.080)
20,000-29,999	3.591			-	0.091 (0.441)	0.241 (0.076)	0.241 (0.060)
30,000-39,999	3.500				-	0.150 (0.334)	0.150 (0.312)
40,000-49,999	3.350					-	0.000 (1.000)
50,000 ขึ้นไป	3.350						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.292

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–29,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.269

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 30,000–39,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.360

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000–49,999 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.510

ผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแตกต่างเป็นรายคู่กับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.510

ส่วนคู่อื่นไม่มีความแตกต่าง

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับในการบริการจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

เป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าและผลการบริการที่ลูกค้าได้รับทั้ง 5 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ดังแสดงในตารางที่ 48 ถึง ตารางที่ 52

สมมุติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับ

7.1 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 3.1 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ

H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเท่ากับผลบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ

H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 48

ตาราง 48 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	N	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการและ ผลการบริการที่ได้รับ	398	-.7236	0.7115	397	-20.290	0.000

จากตาราง 48 พบว่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่า ผลการบริการที่ได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ

7.2 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 3.2 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ

H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเท่ากับผลการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ

H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 49

ตาราง 49 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ

ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ	n	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ได้รับ	398	.7450	0.7492	397	19.836	0.000

จากตาราง 49 พบว่า ค่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ

7.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

- H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเท่ากับผลการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
- H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 50

ตาราง 50 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	n	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการและ ผลการบริการที่ได้รับ	398	-.8407	0.8690	397	-19.298	0.000

จากตาราง 50 พบว่าค่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในการตอบสนองต่อลูกค้า สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

7.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 3.4 ผู้ใช้บริการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ

H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเท่ากับผลบริการในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ

H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 51

ตาราง 51 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ

ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ	n	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการและ ผลการบริการที่ได้รับ	398	-.7977	0.8472	397	-18.784	0.000

จากตาราง 51 พบว่าค่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ

7.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ผู้ใช้บริการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

- H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการเท่ากับผลการบริการในด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า
- H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้า

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 52

ตาราง 52 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจาก บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า	n	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการและ ผลการบริการที่ได้รับ	398	.7475	0.8127	397	18.348	0.000

จากตาราง 52 พบว่าค่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

7.6 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 3.6 ผู้ใช้บริการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวม

H_0 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมเท่ากับผลการบริการที่ได้รับโดยรวม

H_1 : ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวม

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระกัน (Dependent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 52

ตาราง 53 เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำแนกตามเกณฑ์คุณภาพบริการโดยรวม

ผลโดยรวม	n	$\bar{X}$	SD.	df	t	P
ผลต่างของความคาดหวังในการบริการโดยรวม และผลการบริการที่ได้รับโดยรวม	398	-.7709	0.7097	397	-21.670	0.000

จากตาราง 53 พบว่าค่า 2-tailed Probability (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการโดยรวม สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวม

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบความคาดหวังกับการได้รับบริการจริงของลูกค้า และนำเสนอต่อผู้บริหารในการประเมินคุณภาพการบริการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานห้องคุ้มครองสวัสดิภาพประสงศ์ทางธุรกิจ และใช้เป็นแนวทางในการบริหารคุณภาพการบริการสำหรับผู้สนใจในธุรกิจนี้

ความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า ที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการบริการประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบความคาดหวังกับการได้รับบริการจริงของลูกค้าผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวิจัยโครงการนี้ จะสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์สำหรับ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ดังนี้ การศึกษาวิจัยโครงการนี้ จะสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์สำหรับ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ดังนี้

1. ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการปรับปรุงและการวางแผนในการบริหารคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหาร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในธุรกิจนี้
3. ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการปรับปรุงและการวางแผนในการบริหารคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้รับการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าบริการที่ได้รับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งมีทั้งหมดประมาณ 82,955 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีเปิดตาราง Yamane (Taro Yamane. 1967 : 886) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 398 และสำรองไว้ 5% ของ กลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 20 เพื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเจาะจง (Judgement Sampling) โดยสอบถามเฉพาะลูกค้าประกันภัยรถยนต์บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด และดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบและปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน รวมทั้งสิ้น 33 ข้อ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปิดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
4. การศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
6. รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคาดหวังของลูกค้าจากการใช้บริการ จำนวน 25 ข้อ และระดับการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ จำนวน 25 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของร้านฯ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scales) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก โดยลักษณะคำถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ (Assurance)
5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า (Empathy)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จำนวน 2 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้แบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลทำการศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด จำนวน 398 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการทำวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำราที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS : Statistic Package for Social Sciences)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติสำเร็จรูปสามารถแยกการวิเคราะห์ได้ดังนี้
 - 4.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และ รายได้
 - 4.2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้สถิติ Dependent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ตามความคาดหวังของลูกค้า และบริการที่ได้รับจริงของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/ Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนมาลงรหัส เพื่อนำข้อมูลเข้าสู่ระบบการวิเคราะห์ และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งแปลผลดังนี้

ระดับคะแนนความคาดหวัง

คะแนน 1	หมายถึง	ลูกค้ามีความคาดหวังจากการบริการน้อยที่สุด
คะแนน 2	หมายถึง	ลูกค้ามีความคาดหวังจากการบริการน้อย
คะแนน 3	หมายถึง	ลูกค้ามีความคาดหวังจากการบริการปานกลาง
คะแนน 4	หมายถึง	ลูกค้ามีความคาดหวังจากการบริการมาก
คะแนน 5	หมายถึง	ลูกค้ามีความคาดหวังจากการบริการมากที่สุด

3. วิเคราะห์ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งแปลผลดังนี้

ระดับคะแนนผลการบริการที่ได้รับ

คะแนน 1	หมายถึง	ลูกค้าได้รับการบริการไม่ดีที่สุด
คะแนน 2	หมายถึง	ลูกค้าได้รับการบริการไม่ดี
คะแนน 3	หมายถึง	ลูกค้าได้รับการบริการปานกลาง
คะแนน 4	หมายถึง	ลูกค้าได้รับการบริการดี
คะแนน 5	หมายถึง	ลูกค้าได้รับการบริการดีที่สุด

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและการใช้บริการทั่วไป พบว่า

ผู้ให้บริการโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 28-37 ปี มีจำนวน รองลงมาคือ อายุ 37-47 ปี อายุ 18-27 ปี และอายุ 48 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน รองลงมาคือ โสด และ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ นักศึกษา ตามลำดับ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,000-19,999 บาท รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังในการบริการและผลการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า

ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังโดยรวมในการบริการของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด อยู่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการ อยู่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อ ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการ อยู่ระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมีค่าคะแนนเฉลี่ย รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ผลการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการ และผลการบริการที่ได้รับ ทั้งผลรวมและรายด้านพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการของลูกค้าสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการบริการที่ได้รับ

2. ความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความคาดหวังในเรื่องคุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้มากที่สุด รองลงมาคือ จำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานในสังกัดของบริษัท ความทันสมัยของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และบริการรับแจ้งอุบัติเหตุ เป็นบริษัทประกันภัยที่มีที่ตั้งสำนักใหญ่และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวกในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์เพียงพอ ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับประกันเรื่องการแต่งกาย ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุเรื่องการแต่งกาย จำนวนรถยนต์และรถลากที่ให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่รถยนต์ที่เอาประกัน ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยผลการบริการที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับประกันเรื่องการแต่งกาย รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุเรื่องการแต่งกาย ผลการบริการด้านเป็นบริษัทประกันภัยที่มีที่ตั้งสำนักใหญ่และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ ผลการบริการด้านความทันสมัยของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และบริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ผลการบริการด้านคุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้มากที่สุด ผลการบริการด้านมีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวกในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์เพียงพอ ผลการบริการด้านจำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานในสังกัดของบริษัท ผลการบริการด้านจำนวนรถยนต์และรถลากที่ให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่รถยนต์ที่เอาประกัน ตามลำดับ

3. ความคาดหวังในการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในบริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อความคาดหวังเรื่องเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงทางการเงินและรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรมธรรม์ รองลงมาคือ ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมาย การคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์มีความถูกต้องแม่นยำและยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนด มีความเชี่ยวชาญด้านประกันภัยรถยนต์ ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการโดยรวม อยู่ในระดับ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการในด้านเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงทางการเงินและรักษาคำมั่น

สัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรรมธรรม์ รองลงมาคือ ผลการบริการด้านมีความเชี่ยวชาญด้านประกัน ภัยรถยนต์ ผลการบริการด้านชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมาย ผลการบริการด้านการคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์มีความถูกต้องแม่นยำและยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนดตามลำดับ

4. ระดับความคาดหวังในการบริการในด้านการตอบสนองต่อการบริการโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความคาดหวังในความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับประกันภัย ผู้เอาประกันเสียชีวิต รองลงมาคือ ความคาดหวังในพนักงานสินไหมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ ความรวดเร็วในการประกันตัวผู้เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่รถยนต์กรณีคดีอาญา ให้คำแนะนำและจัดหาความให้ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญา จัดส่งพวงหรีดและคำทำศพให้แก่ผู้กรณีที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้เอาประกันทันที ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับด้านการตอบสนองต่อการบริการโดยรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการในด้านพนักงานสินไหมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับประกันภัยผู้เอาประกันเสียชีวิต ผลการบริการด้านความรวดเร็วในการประกันตัวผู้เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่รถยนต์กรณีคดีอาญา ผลการบริการด้านให้คำแนะนำและจัดหาความให้ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญา ผลการบริการด้านจัดส่งพวงหรีดและคำทำศพให้แก่ผู้กรณีที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้เอาประกันทันที ตามลำดับ

5. ระดับความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคาดหวังในด้านข้อมูลรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญ รองลงมาคือ ความคาดหวังในด้านพนักงานรับประกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้ และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรรมธรรม์อย่างมืออาชีพ โดยความคาดหวังในด้านพนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณี ณ.จุดเกิดอุบัติเหตุและด้านพนักงานสินไหมมีความรู้ และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับดีโดย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการในด้านพนักงานรับประกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรรมธรรม์อย่างมืออาชีพ รองลงมาคือ ผลการบริการในด้านพนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณี ณ.จุดเกิดอุบัติเหตุ ผลการบริการด้านพนักงานสินไหมมีความรู้และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม ผลการบริการด้านข้อมูลรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญ ตามลำดับ

6. ระดับความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้าโดยรวมมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคาดหวังในด้านมีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความคาดหวังในด้านข้อมูลรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมาย ความคาดหวังในด้านส่วนลดประวัติดีกรณีลูกค้าไม่เคยเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ในปีก่อน ความคาดหวังในด้านความรวดเร็วของการจัดส่งจดหมายเตือนต่ออายุและกรรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่ ตามลำดับ

ผลการบริการที่ลูกค้าได้รับในด้านความเข้าใจที่มีต่อลูกค้าโดยรวมดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผลการบริการด้านมีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ผลการบริการด้านความรวดเร็วของการจัดส่งจดหมายเตือนต่ออายุและกรรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่ ผลการบริการการด้านข้อมูลรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมาย ตามลำดับ

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้า จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีคุณภาพการบริการโดยรวมต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งหมายถึงมีคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง หรือไม่พอใจในคุณภาพการบริการ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าสูงสุด รองลงมาคือ ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ไม่พอใจคุณภาพการบริการด้านลักษณะกายภาพ ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการ บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวม แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 28-37 ปี มีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะกายภาพต่ำกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 48 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี มีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะกายภาพ สูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 38-47 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษากว่าปริญญาตรีมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะกายภาพต่ำกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 2.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่ สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษาได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าผู้ใช้ บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 2.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-19,999 บาท 20,000-29,999 บาท 30,000-39,999 บาท 40,000-49,999 และ 50,000 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ บริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับ

สมมุติฐานที่ 3.1 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า

ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3.2 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ พบว่า

ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3.3 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า

ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3.4 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ พบว่า

ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3.5 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการในด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3.6 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 54 (ต่อ)

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน	การทดสอบ
3.4	ผู้ให้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ สูงกว่าผล การบริการที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	เป็นไปตาม สมมุติฐาน
3.5	ผู้ให้บริการมีความคาดหวังในการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า สูงกว่าผลการบริการที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	เป็นไปตาม สมมุติฐาน
3.6	ผู้ให้บริการมีความคาดหวังในการบริการโดยรวมสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับโดย รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	เป็นไปตาม สมมุติฐาน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ พอสรุปได้ว่า

1. จากข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีการใช้บริการใน สัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งในปัจจุบันนี้ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็ให้ความสำคัญ กับการใช้รถยนต์และความปลอดภัยในการขับขี่รถยนต์ ด้านอายุของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 28-37 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่สอดคล้องกับสถานภาพการสมรสโดยส่วนใหญ่สมรส/อยู่ด้วยกัน อาชีพผู้ใช้ บริการโดยส่วนใหญ่รับจ้างพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งโดยปกติช่วงอายุระหว่างนี้จะเป็นช่วงของคนวัยทำงานที่ สมรสและมีครอบครัวจะให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการ ศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับรายได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 10,000-19,999 บาท

2. ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด มีความคาดหวัง มากที่สุดต่อการบริการโดยรวมและรายด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการ บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการ มีต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ปริญา บัวทอง (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณ ภาพการบริการของร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังมากที่สุดต่อ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวมในด้าน 5 ด้าน

เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.44 และรองลงมาตามลำดับคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความ เข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

แสดงว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ให้ความสำคัญต่อการบริการด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมากกว่าการบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ วรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย (2546 : 103) ได้ศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน ซึ่งจะเห็นว่าผู้ ใช้บริการจะให้ความสำคัญและมีความคาดหวังด้านความเชื่อถือได้ในการบริการมากที่สุด เนื่องจากการประ กันภัยเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านการเงินและการกระจายความเสี่ยง ดังนั้น ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจึง

สิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินธุรกิจ บริษัทต้องมีความมั่นคงทางการเงินและรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรรมธรรม์ มีความยุติธรรมในการคำนวณเบี้ยประกันภัยและชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ

ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสูงต่อการตัดสินใจทำประกันภัยของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความไม่ต้องการกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การให้บริการที่ดีของบริษัทประกันวินาศภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันวินาศภัย ความสะดวกในการทำประกันภัย ความเหมาะสมระหว่างความคุ้มครองกับเบี้ยประกันภัย ส่วนการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ถึงแม้จะมีคะแนนเฉลี่ยรองลงมา แต่ผู้ให้บริการก็มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกับด้านความเชื่อใจได้ในการบริการ ทั้งนี้เนื่องจากการประกันวินาศภัยเป็นธุรกิจบริการที่กระจายความเสี่ยงภัยและชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุจึงทำให้ผู้ให้บริการหรือผู้เอาประกันภัยตั้งความหวังมากที่สุดที่จะได้รับบริการและการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนที่ดีที่สุดเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

3. ผู้ใช้บริการได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในด้านความเชื่อใจได้ในการบริการมากที่สุดโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.70 และรองลงมาตามลำดับคือ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

แสดงว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด รับรู้ต่อการได้รับการบริการด้านความเชื่อใจได้ในการบริการมากกว่าการบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ วรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย (2546 : 103) ได้ศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน เนื่องจากบริษัทอวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมานานกว่า 100 ปี และเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยที่ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก และใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร มีความมั่นคงทางการเงินมาก ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการรับรู้การได้รับบริการด้านความเชื่อใจได้ในการบริการมากกว่าการบริการด้านอื่น ๆ ส่วนการบริการด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังโดยรวมและรายด้าน กับการได้รับการบริการโดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังโดยรวมและรายด้านสูงกว่าการได้รับบริการโดยรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้าน ดังนั้น ทางบริษัทอวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด จะต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือผู้เอาประกันภัยรถยนต์

4. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคาดหวังในการบริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด พบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศ อายุ และสถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ มากประภา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีเทค

(เซอร์วิส ฮอส) : กรณี ศึกษา สำนักงานบริการดีเทค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ลูกค้าที่ เพศ อายุ แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) ของลูกค้าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน พบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5. การได้รับบริการของผู้ใช้บริการที่จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ที่มีเพศ สถานภาพการสมรส และอาชีพแตกต่างกัน ได้รับการบริการด้านประกันภัยรถยนต์จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันได้รับการบริการที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ มากประภา (2546 : 115) ได้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงาน บริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) : กรณีศึกษา สำนักงานบริการดีเทค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจากทฤษฎีของพาราซูรามัน, ซีทฮอลล์ และ แบรี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985 : 48) ได้กล่าวไว้ว่าหากผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ได้รับรู้ได้ ย่อมหมายถึงความไม่มีคุณภาพของการบริการซึ่งทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ และสอดคล้องกับเกียรติพงษ์ มากประภา (2546 : 115) ได้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงาน บริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) : กรณีศึกษา สำนักงานบริการดีเทค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการของสำนักงานบริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการแตกต่างจากการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีเทค (เซอร์วิส ฮอส) โดยที่มีคุณภาพบริการต่ำกว่าความคาดหวังของผู้มาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลของการทดสอบสมมุติฐานนี้จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ จากบริษัท อวิว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ไม่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการของลูกค้าจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอนี้บางประการดังนี้

1. ผู้ใช้บริการหรือผู้เอาประกันเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 28-37 ปี มีสถานภาพการสมรสโดยส่วนใหญ่สมรส/อยู่ด้วยกัน อาชีพส่วนใหญ่รับจ้างพนักงาน/ บริษัทเอกชน ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 10,000-19,999 บาท ดังนั้น จึงควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านการบริการแก่ผู้ใช้บริการทั้งเพศหญิงและชายให้ทั่วถึงและควรเน้นที่ผู้ใช้บริการหรือผู้เอาประกันที่มีอายุระหว่าง 28-37 ปี อาชีพรับจ้างพนักงานบริษัทเอกชน และควรพัฒนารูปแบบความคุ้มครองตามตารางกรมธรรม์ที่มีราคาไม่สูงเกินไป และเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ระบุในตารางกรมธรรม์ นอกจากนี้อาจจะจัดให้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อประกันภัยรถยนต์ แถมการประกันอุบัติเหตุ 1 ปีให้แก่ครอบครัว เนื่องจากผู้ใช้บริการหรือผู้เอาประกันส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000-19,999 บาท

2. จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการบริการสูงกว่าการได้รับบริการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า ซึ่งหมายถึงลูกค้าไม่พอใจในการบริการ ผู้บริหารจะต้องปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับบริการเพื่อทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและความพึงพอใจมากที่สุดในด้านต่าง ๆ โดยเรียง ลำดับตามความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด หรือคุณภาพบริการน้อยที่สุดไปหาคุณภาพบริการมากที่สุด ได้ดังนี้

2.1 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังมากที่สุด โดยพบว่าความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดเชยแก่ผู้รับประกันภัยสูญชีวิตมีคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังมากที่สุด รองลงมาคือ การให้คำแนะนำและจัดทนายความให้แก่ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญา ดังนั้น จึงควรลดขั้นตอนในการทำงานที่ไม่จำเป็นลง และเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบข้อมูลและดำเนินการจ่ายให้รวดเร็วขึ้น จัดหาทนายความที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้ เพื่อสร้างความประทับใจและอบอุ่นให้แก่ลูกค้าเมื่อยามที่ลูกค้าได้รับความเดือดร้อน ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและแนะนำลูกค้าใหม่ให้แก่บริษัทได้

2.2 ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ต้องมีการควบคุมข้อมูลรถยนต์ในเครือให้ปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของช่างซ่อมรถยนต์ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน นอกจากนี้จำเป็นต้องให้การฝึกอบรมแก่พนักงานรับประกันภัย พนักงานสำรวจภัย และพนักงานสินไหมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านความรู้และทักษะทางด้านวิชาชีพ ให้พนักงานเกิดความชำนาญในการให้บริการแก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการมากที่สุด

2.3 ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า บริษัทจะต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ว่าเขาจะได้รับการบริการที่ตรงเวลา และมีความสม่ำเสมอทุกครั้ง ในเรื่อง ข้อมูลรถยนต์ทำการซ่อมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมาย ต้องมีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง มีส่วนลดประวัติให้แก่ลูกค้าผู้เอาประกัน นอกจากนี้ จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาวิธีการจัดส่งจดหมายเตือนต่ออายุกรมธรรม์และกรมธรรม์ฉบับใหม่แก่ลูกค้าให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการมากขึ้น

2.4 ด้านความเชื่อได้ในการบริการ เนื่องจากบริษัทเป็นธุรกิจบริการประกันวินาศภัยผู้บริหารจำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญว่า หากธุรกิจไม่สามารถสร้างความเชื่อถือในการบริการให้เกิดแก่ลูกค้าแล้ว ธุรกิจจะไม่สามารถเติบโตและแข่งขันกับคู่แข่งได้ สิ่งสำคัญประการแรกที่จะสร้างความเชื่อถือในการบริการให้เกิดแก่ลูกค้าได้ คือ ต้องปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้มีความยุติธรรมและตรงต่อเวลา การคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์มีความถูกต้องแม่นยำและยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนด นอกจากนี้บริษัทจะต้องรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรมธรรม์

2.5 ด้านลักษณะทางกายภาพ ต้องปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่อยู่ทำการเปลี่ยนให้ โดยบริษัทจะต้องมีพนักงานที่เชี่ยวชาญและชำนาญในเรื่องรถยนต์ทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของอะไหล่ที่ผู้ใช้ บริษัทต้องมีการพิจารณาและเลือกสรรอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานในสังกัดของบริษัทให้มีจำนวนที่เหมาะสมในการบริการและลูกค้า จำนวนรถยนต์ลากที่ให้บริการต้องมีเพียงพอมีสาขาและศูนย์บริการในการรับแจ้งเหตุหรือการต่ออายุกรมธรรม์ที่เพียงพอและมีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มีการพัฒนาด้านระบบคอมพิวเตอร์ให้ทันสมัยอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการฝึกอบรมพนักงานให้การมีมารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย มีการแต่งกายที่สุภาพ โดยอาจจะให้พนักงานที่ทำหน้าที่บริการลูกค้าใส่ชุดยูนิฟอร์มเพื่อความเป็นระเบียบ

สรุป สิ่งสำคัญยิ่งของการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยคือ การสร้างความเชื่อถือได้ในการบริการให้เกิดแก่ลูกค้า และอีกประการหนึ่งคือ จะต้องฝึกอบรมให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ มีหัวใจเป็นนักบริการ มีความกระตือรือร้นในการบริการและยินดีที่จะให้การบริการด้วยความอบอุ่นและประทับใจอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผลวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงกว่าผลที่ได้รับจากการบริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าในคราวต่อไปควรจะทำวิจัยเรื่อง

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับจากการบริการของบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์
2. ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับผู้ให้บริการด้านประกันภัยรถยนต์ ที่มีขนาดของเบี้ยประกันภัยรถยนต์อันดับหนึ่งของประเทศ หรือบริษัทคู่แข่งกัน เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น
3. ศึกษาความคาดหวังและการบริการที่ได้รับของลูกค้าเพิ่มเติม โดยเน้นเป็นสาขาและหน่วยธุรกิจ และนำมาผลที่ได้มาเปรียบเทียบ เพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น และพร้อมที่จะขยายตลาดของบริษัทและสาขาต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- . (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- เกศสินี กลิ่นบุศย์. (2540) *ความคาดหวังของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เกียรติพงษ์ มากประภา. (2546). *ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) : กรณีศึกษา สำนักงานบริการดีแทค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- คู่มือวิชาการประกันภัย : (2534). พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการคั่นคว้าและวิชาการ สมาคมประกันวินาศภัย. (2546).
- รายงานอุตสาหกรรมรถยนต์ : (2546). กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มธุรกิจประกันวินาศภัยไทย ปี 2545-2546 : (2546). กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิจัยและสถิติ. บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน).
- จิรวัฒน์ ศรีรัตนบัลล์. (2537). "คุณภาพของการบริการทางการแพทย์กับแนวความคิดทางการตลาด," *จุฬาลงกรณ์เวชสาร*. 38(4) : 164-178.
- ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร*. : วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญา บัวทอง. (2546). *ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านซีเค้น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต*. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรี ศรีสุข. (2542). *ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เพชรี हाला. (2538) *ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาระดับกลางที่มีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- มัลลิกา บุณนา. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2541). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วรรณ หวังเลิศสกุลชัย. (2546). *ความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน*.
 สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิชัย พรหมเมศ. (2537). *ความคาดหวังของนักศึกษาสายอาชีพสังกัดกรมอาชีวศึกษาต่อการทำงานภาคอุตสาหกรรม*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิภา เทพไอยบุตร. (2545). *ทัศนคติของผู้ถือกรรมธรรมที่มีต่อการประกันพ.ร.บ. รถจักรยานยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด*.
 สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539 ก). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนาจำกัด.
- (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บ.ป.พ.
- สวิง สุวรรณ. (2529). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ. ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรางค์ จันทร์เอม. (2524). *สุขภาพดีเพื่อชีวิตวัฒนา*. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2542). *จิตวิทยาสังคม*. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Fitzsimmons, James A. & Fitzsimmons, Mona J. (2001). *Service Management Operation Strategy And Information Technology*. Third Edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Finn, D. (1921). *The Coporate Oligarchy*. New York : Simon and Schuster.
- Gronroos, Christian. (1990). *Service Management and Marketing*. Lexington: Lexington Books.
- Hill, N. (1996). *Handbook of Customer Relation Measurement*. Hampshire: Grower House.
- Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1985, Fall). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*. 49:41-50.
- Quinn, James Brian, Baruch, Jordan J. & Paquette, Penny Cushman. (1987). *Scientific American*.
- Render, Barry & Heizer, Jay. (1997). *Principle of Operations Management*. Second Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Ragen, W.J. (1983, July). "The Service Revolution," *Journal of Marketing*.
- Sasser, Earl, Olsen, Paul R. & Wyckoff, Daryl D. (1978). *Management of Service Operations*. Boston: Allyn and Bacon.
- Vroom, V. (1970). *Management and Motivation*. New York: McGraw-Hill.
- Wolman, B.B. (1975). *Dictionary of Behavior Science*. London: Macmillan.
- Zeithaml, Valarie A. & Bitner, Jo Mary. (1996). *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., & Berry, Leonard L. (1990). *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง ความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด
ด้านประกันภัยรถยนต์

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทาง ประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการบริการของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ เกี่ยวกับ
- 1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
 - 2. ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ
 - 3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
 - 4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ
 - 5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า
- ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เป็นการแสดงความคาดหวังในบริการและการได้รับการบริการจริงของลูกค้าจาก บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา โดยข้อมูลที่ท่านกรุณาตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งผลที่ได้จะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะภาพโดยรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 18-27 ปี

☐ 2) 28-37 ปี

☐ 3) 38-47 ปี

☐ 4) 48 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน

☐ 3) หม้าย /หย่า / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรี

☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ 1) นักศึกษา

☐ 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) รับจ้าง /พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

6. รายได้ต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 2) 10,000 – 19,999 บาท

☐ 3) 20,000 - 29,999 บาท

☐ 4) 30,000 – 39,999 บาท

☐ 5) 40,000 – 49,999 บาท

☐ 6) 50,000 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการให้บริการของลูกค้า บริษัท อีวีว่า
ประกันภัย จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ☐ ล้อมรอบตัวเลขที่ตรงกับระดับความคาดหวังและการให้บริการ เพียงระดับละ 1 คำตอบ

โดย เลข 5 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับมากที่สุด
 เลข 4 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับมาก
 เลข 3 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับปานกลาง
 เลข 2 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับน้อย
 เลข 1 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตัวอย่างการทำแบบสอบถาม

ระดับความคาดหวังที่ท่านต้องการ					รายการ	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง				
มากที่สุด				น้อยที่สุด		มากที่สุด				น้อยที่สุด
⑤	4	3	2	1	1. มีการซ่อมแซมรถยนต์และเปลี่ยนอะไหล่ที่มีมาตรฐาน	5	④	3	2	1

ด้านซ้าย หมายถึง มีความคาดหวังว่า รถยนต์จะได้รับการซ่อมแซมและเปลี่ยนอะไหล่ ที่มีมาตรฐานในระดับมากที่สุด

ด้านขวา หมายถึง ท่านได้รับบริการซ่อมแซมรถยนต์และเปลี่ยนอะไหล่ที่มีมาตรฐานในระดับมาก

ระดับความคาดหวังที่ท่านต้องการ					รายการ	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง				
มากที่สุด		น้อยที่สุด				มากที่สุด		น้อยที่สุด		
					<u>ลักษณะทางกายภาพ</u>					
5	4	3	2	1	1. เป็นบริษัทประกันภัยที่มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และสาขาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	2. มีสาขาและศูนย์บริการที่อำนวยความสะดวกในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์เพียงพอ	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	3. จำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานในสังกัดของบริษัท	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	4. จำนวนรถยนต์และรถลากที่ให้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุแก่รถยนต์ที่เอาประกัน	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	5. คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ทำการเปลี่ยนให้	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	6. ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับประกันภัย เรื่องการแต่งกาย	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	7. ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุ เรื่องการแต่งกาย	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	8. ความทันสมัยของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการบริการออกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์และบริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	5	4	3	2	1
					<u>ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ</u>					
5	4	3	2	1	9. เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความมั่นคงทางการเงิน และรักษาคำมั่นสัญญาที่ตกลงไว้ตามตารางกรมธรรม์	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	10. การคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์มีความถูกต้องแม่นยำและยุติธรรมตามอัตราเบี้ยประกันภัยที่กรมการประกันภัยกำหนด	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	11. มีความเชี่ยวชาญด้านประกันภัยรถยนต์	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	12. ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ตามกำหนดนัดหมาย	5	4	3	2	1

ระดับความคาดหวังที่ท่านต้องการ					รายการ	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง				
มากที่สุด						น้อยที่สุด				
					<u>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</u>					
5	4	3	2	1	13. พนักงานสินไหมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เอาประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	14. ความรวดเร็วในการดำเนินการจ่ายสินไหมชดใช้แก่ผู้รับประกันกรณีผู้เอาประกันเสียชีวิต	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	15. ให้คำแนะนำและจัดทนายความให้ผู้เอาประกันกรณีคดีอาญา	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	16. ความรวดเร็วในการประกันตัวผู้เอาประกันภัย/ผู้ขับขี่รถยนต์กรณีคดีอาญา	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	17. จัดส่งพวงหรีดและคำทำศพให้แก่คู่กรณีที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ในนามผู้เอาประกันทันที	5	4	3	2	1
					<u>ด้านความเชื่อมั่นต่อ ผู้ให้บริการ</u>					
5	4	3	2	1	18. พนักงานรับประกันภัยรถยนต์สามารถให้ความรู้และอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับความคุ้มครองตามตารางกรมธรรม์อย่างมืออาชีพ	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	19. พนักงานสำรวจภัยสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับคู่กรณี ณ จุดเกิดอุบัติเหตุ ได้	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	20. พนักงานสินไหมมีความรู้และประเมินค่าเสียหายของรถยนต์ด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	21. อยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์ด้วยความเชี่ยวชาญและชำนาญ	5	4	3	2	1
					<u>ด้านความเข้าใจที่ ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้า</u>					
5	4	3	2	1	22. ความรวดเร็วของการจัดส่งจดหมายเตือนต่ออายุและกรมธรรม์รถยนต์ฉบับใหม่	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	23. มีพนักงานบริการรับแจ้งอุบัติเหตุตลอด 24 ชั่วโมง	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	24. ส่วนลดประวัติดี กรณีลูกค้าไม่เคยเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ในปีก่อน	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	25. อยู่ซ่อมรถยนต์ทำการซ่อมแซมรถยนต์เสร็จตามกำหนดนัดหมาย	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3. ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ท่านมีต่อการบริการของบริษัท อวิว่า
ประกันภัย (ไทย) จำกัด

ข้อ 1 ปัญหาที่ท่านพบได้แก่.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ข้อ 2 ข้อเสนอแนะคือ.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/ ๕๐๗๔

วันที่ /3 สิงหาคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางเชวรีย์ สโตน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและการได้รับการของลูกค้าจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์” โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ อาจารย์วรินทร์า ศิริสุทธิกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความคาดหวังและการได้รับการของลูกค้าจากบริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางเชวรีย์ สโตน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ ทะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ. สุพาดา สิริกุตตา	หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ วรินทร์า ศิริสุทธิกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางเชาวรีย์ สโตน Mrs. Chaowaree Stone
วันเดือนปีเกิด	30 มกราคม 2505
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 1398 ซอยศรีสุข ถนนสุทธิสารวินิจฉัย เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี บริษัท อีวีว่า ประกันภัย (ไทย) จำกัด 1908 ถนน เพชรบุรีตัดใหม่ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2522	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสามเงาวิทยาคม จังหวัดตาก
พ.ศ. 2527	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนเทคนิควิมลพนิชยการ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2531	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2535	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ