

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์
ศึกษากรณี บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
นางนงลักษณ์ เอี่ยมโชติ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2545
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.572006

ว 14 ค

ร. 2

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์
ศึกษากรณี บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ

ของ

นางนงลักษณ์ เอี่ยมโชติ

24 ต.ค. 2545



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2545

415113

นางลักษณ์ เอี่ยมโชติ. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง.

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ และประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ ตลอดจนรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการให้บริการของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นพนักงานของหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งเป็นลูกค้ารายสำคัญของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยการหาค่าจากตารางขนาดประชากรของยามานะ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10

ผลการวิจัย

1. ลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย รองลงมาคือด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนและด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ ตามลำดับ

2. ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 5 ด้านดังกล่าวเพศชายมีระดับความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง สำหรับด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**CUSTOMER SATISFACTION WITH MOTOR INSURANCE :
A CASE STUDY OF DHIPAYA INSURANCE PUBLIC COMPANY LIMITED.**

**AN ABSTRACT
BY
MRS.NONGLUX IAMCHOTE**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
October 2002**

Nonglux lamchote. (2002). *Customer Satisfaction with Motor Insurance : A Case Study Dhipaya Insurance Public Company Limited*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisory : Dr. Apiruth Tangkrachang.

The purpose of this research is to study of customer satisfaction toward the usage of motor insurance for Dhipaya Insurance Public Company Limited : A case study of Dhipaya Insurance Public Company Limited in six aspects, which are customer satisfaction on the overall company insurance systems, customer satisfaction of the rate of insurance premium, customer satisfaction of the service of customer contact, customer satisfaction of the service of the motor accident claim calls, customer satisfaction of the service of motor accident survey, customer satisfaction of the service of the motor repair work shop under the groups of company , and customer satisfaction on the service of pay-back fine.

The customer who gets the motor insurance for this research is sort under sex, age, education level, occupation, salary, period of motor insurance and type of motor insurance, throughout the summery of all problems and suggestions from the customers who get the motor insurance from Dhipaya insurance public company limited.

The 400 sources of the information for this case study are from the staffs of the customer's companies and the staffs of the customer's organizations in Bangkok and suburban . To calculate the sample ,we apply this case study using " Yamane's table", and the method of sampling using "The Multi-stage random sampling". Questionnaire are using as the tool for statistic data collections for analysis in percentage, means and standard deviations, t-test, One-way analysis of variance. and pair comparison was arranged via Least Significant Difference (LSD). All analysis was processed by SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for windows Version 10.

This research can conclude as follows:-

- 1.The motor insurance customer sampling of " Dhipaya Insurance Public Company Limited are highly appreciated in all insurance types. Concentrated for each insurance system, find that, the first satisfaction is "Rate of insurance premium". Second is "The service of customer contact". Third is Motor accident claim calls. Forth is "The service of motor accident survey". Fifth is "The service of pay-back fine". And the sixth is "The service of motor repair work shop under the groups of company".

2. The motor insurance customer of Dhipaya Insurance Public Company Limited who have different in sexes, had the different in attitude of customer satisfaction in total insurance systems, rate of insurance premium, service of customer contact, service of motor accident claim calls, service of motor accident survey and service of pay-back fine, with 0.05 statistical significance level. All five above men have more satisfaction than women. For the service of motor repair work shop under the groups of company the customer had the different attitude no statistical significance difference.

3. The motor insurance customer of Dhipaya Insurance Public Company Limited who have different in ages, had the different in attitude no statistical significance in total insurance systems and in each systems, rate of insurance premium, service of customer contact, service of motor accident survey, service of repair work shop under control of Dhipaya, service of pay-back fine had the different of attitude no statistical significance difference.

4. The motor insurance customers of Dhipaya Insurance Public Company Limited who has the different in education level had the different attitude of customer satisfaction in the total insurance systems, rate of insurance premium, service of customer contact with 0.01 statistical significance level. Service of motor accident claim calls, service of motor accident survey, service of repair work shop under the groups of company and service of pay-back fine had the difference attitude no statistical significance difference.

5. The motor insurance customers of Dhipaya Insurance Public Company Limited who have different in occupation, had different attitude of customer satisfaction no statistical significance in the total insurance systems, rate of insurance premium, service of customer contact, service of motor accident claim calls, service of motor accident survey and service of pay-back fine had the difference attitude no statistical significance. For service of repair work shop under the groups of company have the difference attitude with 0.05 statistical significance.

6. The motor insurance customer of Dhipaya Insurance Public company Limited who have difference in salary, had the difference attitude of customer satisfaction for total insurance systems, services of motor accident claim calls, service of motor accident survey with 0.05 statistical signification, but for rate of insurance premium, services of customer contact, services of motor repair work shops under the groups of company and services of pay-back fine. The motor insurance customers had difference attitude of customer service no statistical significance difference.

7. The motor insurance customer of Dhipaya Insurance Public company Limited who have difference in periods of service usage, had the difference attitude of customers satisfaction no statistical signification in total insurance systems, rate of insurance premium, service of motor accident claim calls, services of motor accident survey, services of motor repair work shops under control of company and service of pay-back fine. But they had difference attitude of customer satisfaction with 0.05 statistical signification level on service of customer contract.

8. The motor insurance customer of Dhipaya Insurance Public company Limited who have difference in type of motor insurance of the Dhipaya Insurance Public company Limited had the difference attitude of customers satisfaction for total insurance systems, rate of insurance premiums, services of customer contract, service of motor accident claim calls, services of motor accident survey, services of motor repair work shops under the groups of company and services of pay-back fine no statistical significance difference.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

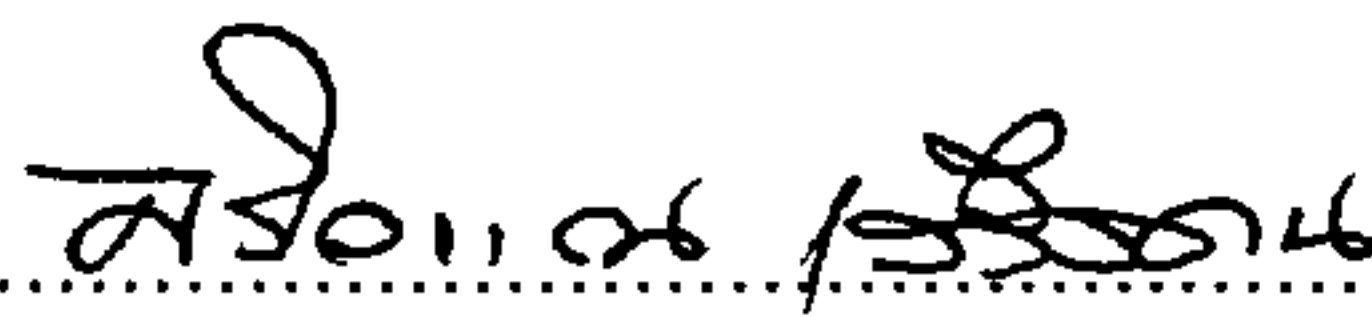


(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

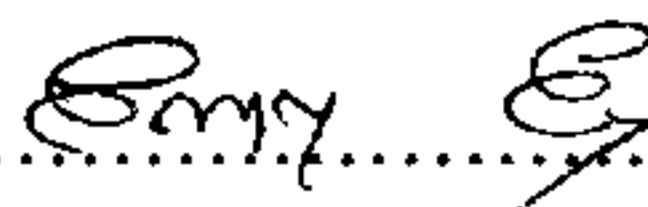
คณะกรรมการสอบ



.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)



.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ 3 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์เป็นอย่างดี พร้อมทั้งด้วยความอนุเคราะห์ของ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาตา สิริกุดตา และอาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง กรรมการพิจารณาสารนิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรม สั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ผู้วิจัยมีความรู้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว เพื่อน ๆ ชาว EX – M.B.A. รุ่น 1 ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

นางลักษณ์ เอี่ยมโชติ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์.....	9
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	13
แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์	16
ประวัติ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	23
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	29
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4 (ต่อ)	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	37
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	39
	ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย รถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) รวม 6 ด้าน.....	41
	ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	48
	ตอนที่ 5 สรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการให้ บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	80
5	สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	83
	สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญของการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย.....	83
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	86
	อภิปรายผล.....	90
	ข้อเสนอแนะ.....	92
	บรรณานุกรม.....	94
	ภาคผนวก.....	97
	แบบสอบถาม.....	98
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	104

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	ส่วนลดเบี้ยประกันภัยรถยนต์ตามช่วงอายุของผู้ขับขี่.....	20
2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์แบ่งตามหน่วยงาน	30
3	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	37
4	จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	40
5	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน.....	41
6	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย.....	42
7	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ.....	43
8	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ.....	44
9	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์.....	45
10	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ.....	46
11	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ.....	47
12	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้าน.....	48

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามอายุ.....	50
14	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ ในภาพรวมและรายด้าน.....	53
15	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
16	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมและรายด้าน.....	57
17	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้านเป็นรายคู่จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	58
18	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านอัตราเบี้ยประกันภัยเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
19	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อ กับบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
20	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	60
21	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมและรายด้าน.....	62
22	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ใน เครือของบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ.....	63

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามรายได้.....	64
24	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมและรายด้าน.....	67
25	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้านเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้.....	68
26	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้.....	69
27	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ของบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้.....	70
28	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์.....	71
29	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ ในภาพรวมและรายด้าน.....	74
30	การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับ บริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์.....	75
31	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัย รถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและ รายด้าน จำแนกตามประเภทในการทำประกันภัยรถยนต์.....	76
32	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทในการทำประกันภัยรถยนต์ ในภาพรวมและรายด้าน.....	79

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	80
34 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการใช้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).....	81

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจไทยทั้งในด้านการจ้างแรงงาน สร้างรายได้เงินตราต่างประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ นอกจากนี้ภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมเดียวที่มีการฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และเป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรมของไทยยังขยายตัวอยู่ได้ในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวอย่างอ่อน ๆ ในปัจจุบัน โดยในปี 2543 การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2542 ถึงร้อยละ 20.1 โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และในปี 2544 (ณ วันที่ 30 มิ.ย. 44) ยอดจำหน่ายรถยนต์ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค ("ธนาคารแห่งประเทศไทย สายนโยบายการเงิน : อุตสาหกรรมรถยนต์". 2544 : 1-6)

จากยอดการจำหน่ายรถยนต์ตามที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าประชาชนยังมีความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันรถยนต์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของทุกคน เป็นพาหนะที่ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ถึงแม้ว่าราคารถยนต์จะเพิ่มสูงขึ้นก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันจากสถิติอุบัติเหตุที่เกิดจากรถยนต์ในอดีต จะเห็นได้ว่ารถยนต์ก็ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินไม่น้อยเช่นกัน โดยในปี 2542 เกิดอุบัติเหตุและความเสียหายจากการจราจรทางบกทั่วราชอาณาจักร 67,800 ราย ทรัพย์สินเสียหายมูลค่า 1,345,985,811 บาท มีผู้เสียชีวิต 12,040 ราย บาดเจ็บ 47,770 ราย ในปี 2543 เกิดอุบัติเหตุและความเสียหายจากการจราจรทางบกทั่วราชอาณาจักร 73,737 ราย ทรัพย์สินเสียหายมูลค่า 1,242,205,524 บาท มีผู้เสียชีวิต 11,988 ราย บาดเจ็บ 53,111 ราย (ฝ่ายข้อมูลและสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ. 2544) อีกทั้งก่อให้เกิดผลสืบเนื่องทางเศรษฐกิจและสังคมแก่ผู้เกี่ยวข้อง ดังนั้นธุรกิจประกันภัยรถยนต์จึงเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับประชาชน และเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถบรรเทาความเสียหายและแบ่งเบาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นได้ จึงทำให้ประชาชนหันมาทำประกันภัยรถยนต์เพิ่มขึ้น โดยในปี 2542 มีเบี้ยประกันภัยรถยนต์ในประเทศไทย 27,284 ล้านบาท ปี 2543 เบี้ยประกันภัยรถยนต์เพิ่มเป็น 29,773 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.12 และในปี 2544 คาดว่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์จะเพิ่มเป็น 31,818 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.87 ซึ่งการรับประกันภัยรถยนต์มีสัดส่วนการรับประกันภัยสูงสุดในอุตสาหกรรมประกันวินาศภัยของประเทศไทย โดยในปี 2544 มีสัดส่วนการรับประกันภัยถึงร้อยละ 59.3 ในขณะที่การรับประกันอัคคีภัยมีสัดส่วนร้อยละ 16.3 การรับประกันภัยทางทะเลและขนส่งมีสัดส่วนร้อยละ 4.6 และการรับประกันภัยเบ็ดเตล็ดมีสัดส่วนร้อยละ 19.8 (บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด. 2544) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ภาครัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันภัยรถยนต์ และเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากอุบัติเหตุรถยนต์ จึงมีการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 หรือที่เรียกกันว่า การประกันภัย พ.ร.บ. ซึ่งเป็นการประกันภัยภาค

บังคับสำหรับผู้ที่มีรถยนต์ไว้ในครอบครองทุกคนต้องซื้อประกันภัย พ.ร.บ. พร้อมทั้งได้ให้ความร่วมมือกับบริษัทประกันภัยในการเผยแพร่ความรู้ ข่าวสารให้ประชาชนทราบถึงความสำคัญของการทำประกันภัยรถยนต์ทั้งภาคบังคับและภาคสมัครใจ ซึ่งการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจะเกิดจากการที่ประชาชนที่ซื้อรถยนต์ด้วยระบบเงินผ่อนจะต้องมีการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจตามกฎหมายเกณฑ์ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ต่าง ๆ และรวมถึงประชาชนที่ต้องการลดภาระและแบ่งเบาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากการขับขีรถยนต์ จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องการประกันภัยรถยนต์

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ในปัจจุบัน พบว่าสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำทั่วโลก ผลักดันให้ธุรกิจหลายรายต้องปิดตัวลง อันสืบเนื่องมาจากการขาดสภาพคล่องในการดำเนินการ ส่งผลให้ธุรกิจจำนวนมากที่ยังดำเนินการอยู่ต่างตื่นตัวในเรื่องการระดมเงินทุนเพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับธุรกิจ สำหรับธุรกิจประกันภัยก็เช่นเดียวกัน เงินทุนของธุรกิจประกันภัยส่วนใหญ่มาจากเงินเบี้ยประกันภัยของลูกค้า ซึ่งจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอยู่ในปัจจุบันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศยังคงฝืดเคือง ประชาชนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจในเรื่องความประหยัด และใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นเท่านั้น อาจเรียกได้ว่าจ่ายอย่างไรให้คุ้มค่าที่สุดในสภาวะการณ์เช่นนี้ บริษัทประกันภัยหลายแห่งต้องปรับตัวเป็นการใหญ่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เป็นอยู่ รวมไปถึงเพื่อความอยู่รอดของบริษัทฯ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นบริษัทประกันภัยทุกแห่งจึงมุ่งที่จะปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และการครองส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการประกันภัยรถยนต์มีการแข่งขันที่รุนแรงกว่าการประกันภัยประเภทอื่น

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ โดยสนใจจะทำการศึกษากฎบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นบริษัทรับประกันวินาศภัยทุกประเภทที่แปรสภาพมาจากการเป็นรัฐวิสาหกิจในปี 2539 มาเป็นบริษัทมหาชน แต่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ยังประกอบไปด้วยหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ กระทรวงการคลัง การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน เป็นต้น บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานจากระบบราชการมาเป็นระบบการบริหารงานแบบเอกชนทั่วไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทประกันวินาศภัยอื่นในอุตสาหกรรมประกันวินาศภัยได้ โดยในปี 2543 สามารถทำเบี้ยประกันภัยรับได้มากเป็นอันดับ 3 ในจำนวน 78 บริษัทของอุตสาหกรรมประกันวินาศภัยในประเทศไทย จึงแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวของผู้บริหารและพนักงานที่สามารถแข่งขันกับบริษัทประกันภัยที่เป็นบริษัทเอกชนได้ ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบและนำผลการวิจัยไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการรับประกันภัยรถยนต์ ซึ่งหากสามารถเพิ่มระดับการทำประกันภัยรถยนต์ให้มากขึ้นก็ย่อมจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในการรักษาฐานลูกค้า ปรับปรุงการให้บริการ และการวางแผนการตลาดของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทฯ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการรับประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ และสามารถนำไปปรับปรุงการให้บริการ เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ของบริษัทฯ และใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 240,782 ราย (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2544 : ศูนย์ออกกรมธรรม์ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน))

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น โดยสำนักวิจัยแผนกฟื้นฟูเคหะและชุมชนนิวยอร์ก กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 284)

ตัวแปรที่ศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 18 - 24 ปี

1.1.2.2 25 - 35 ปี

1.1.2.3 36 - 50 ปี

1.1.2.4 50 ปีขึ้นไป

1.1.3 การศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

1.1.3.2 ระดับปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าระดับปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 ข้าราชการ

1.1.4.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.3 พนักงานหน่วยงานเอกชน

1.1.4.4 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.1.5 รายได้รวมต่อเดือน

1.1.5.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.5.2 10,001 - 20,000 บาท

1.1.5.3 20,001 - 30,000 บาท

1.1.5.4 30,001 - 40,000 บาท

1.1.5.5 40,001 - 50,000 บาท

1.1.5.6 มากกว่า 50,000 บาท

1.2 ตัวแปรด้านข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

1.2.1 ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท

1.2.1.1 น้อยกว่า 1 ปี

1.2.1.2 1 - 2 ปี

1.2.1.3 มากกว่า 2 ปี - 3 ปี

1.2.1.4 มากกว่า 3 ปี - 4 ปี

1.2.1.5 มากกว่า 4 ปี - 5 ปี

1.2.1.6 มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

1.2.2 ประเภทของการประกันภัยที่ทำ

1.2.2.1 ประเภท พ.ร.บ.

1.2.2.2 ประเภท 1

1.2.2.3 ประเภท 2

1.2.2.4 ประเภท 3

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ในด้าน ดังต่อไปนี้

2.1 อัตราค่าเบี้ยประกันภัย

2.2 การให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ

2.3 การให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ

2.4 การให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์

2.5 การให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ

2.6 การจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีต่ออัตราค่าเบี้ยประกันภัย การให้บริการในด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

2. บริษัทฯ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

3. กรมธรรม์ หมายถึง สัญญาประกันภัยที่บริษัทประกันภัยมอบให้แก่ผู้เอาประกันภัย ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และ/หรือภาคบังคับ ที่บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มอบให้แก่ลูกค้าที่ทำประกันภัย

4. เบี้ยประกันภัย หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยชำระให้กับบริษัท เพื่อให้ได้รับการชดเชยเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดความเสียหายขึ้นกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัย

5. ผู้เอาประกันภัย หมายถึง ผู้ที่ได้ตกลงเอาประกันภัยไว้กับบริษัทประกันภัย และต้องชำระค่าเบี้ยประกันให้กับบริษัทประกันภัย ซึ่งเมื่อมีภัยเกิดขึ้น จะได้รับค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัย ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้เอาประกันภัย หมายถึง ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

6. ผู้รับประกันภัย หมายถึง คู่สัญญาที่ตกลงจะชดใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่ง ให้ผู้เอาประกันภัยเมื่อเกิดภัยขึ้น ซึ่งผู้รับประกันภัยได้แก่ บริษัทประกันภัยต่าง ๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้รับประกันภัย หมายถึง บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

7. ทุนประกันภัย หมายถึง พันธะของผู้รับประกันภัยที่จะต้องจ่ายตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์เมื่อภัยและความเสียหายเกิดขึ้นแก่ผู้เอาประกันภัย ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง พันธะของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่จะต้องจ่ายตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์เมื่อเกิดภัยและความเสียหายเกิดขึ้นแก่ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

8. การประกันภัยรถยนต์ หมายถึง วิธีเฉลี่ยความเสียหายหรือวิธีการกระจายความเสี่ยงภัย เกี่ยวกับการใช้รถยนต์ที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบภัย ให้พ้นจากความเสียหาย โดยสมาชิกจะจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนกลางโดยมีบริษัทประกันภัยเป็นคนกลาง คอยเฉลี่ยความเสียหายให้

9. ค่าสินไหมทดแทน หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยสามารถเรียกเก็บได้จากบริษัทประกันภัย ภายหลังจากเกิดอุบัติเหตุ ภายใต้งบเงื่อนไขและความคุ้มครองที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

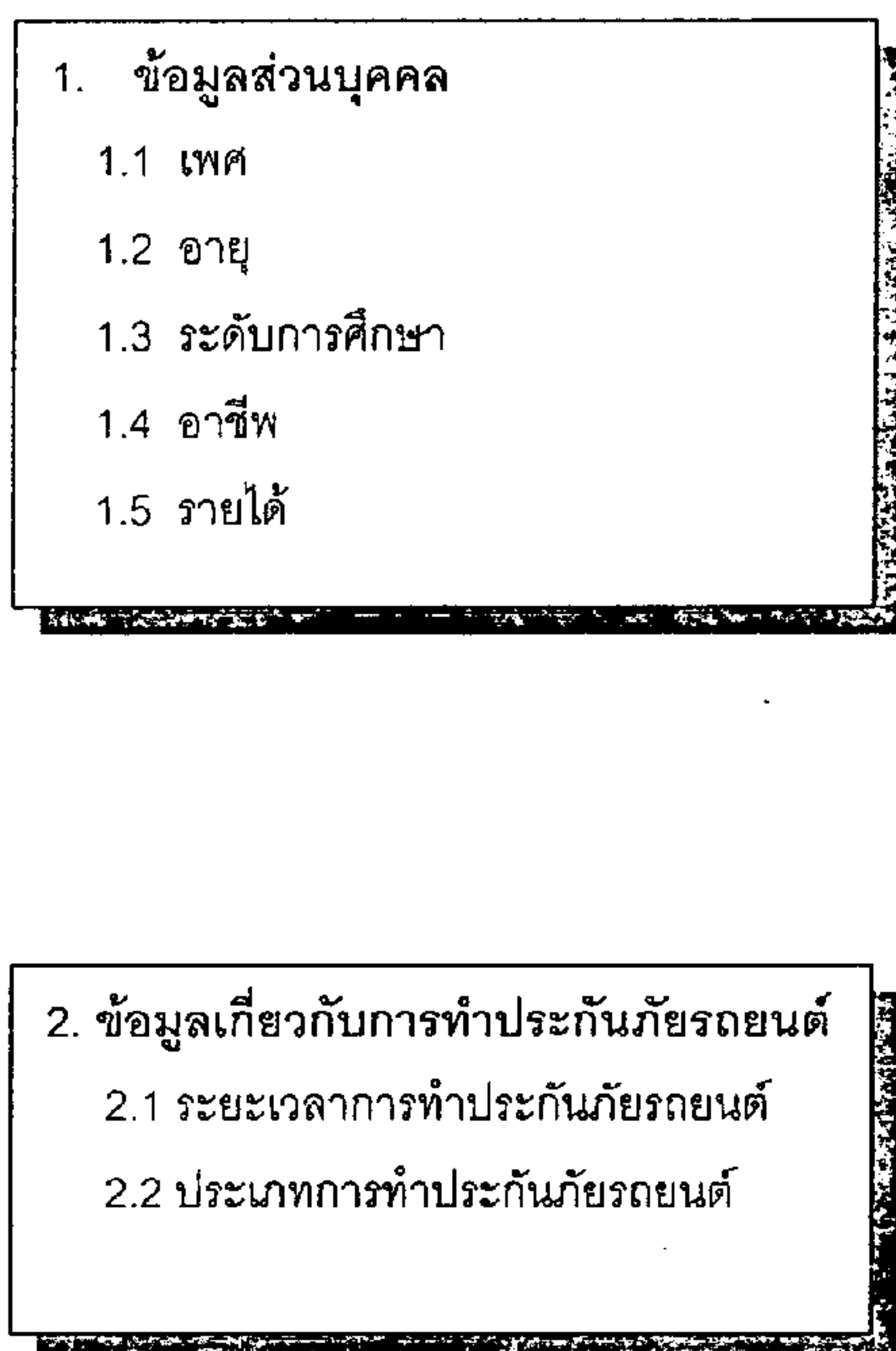
10. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุ หมายถึง พนักงานของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ทำหน้าที่ในการสำรวจอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น ตามที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า หรือผู้เอาประกันภัย

11. อยู่ซ่อมรถยนต์ หมายถึง อยู่ซ่อมรถยนต์ที่ทำสัญญากับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในการให้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์

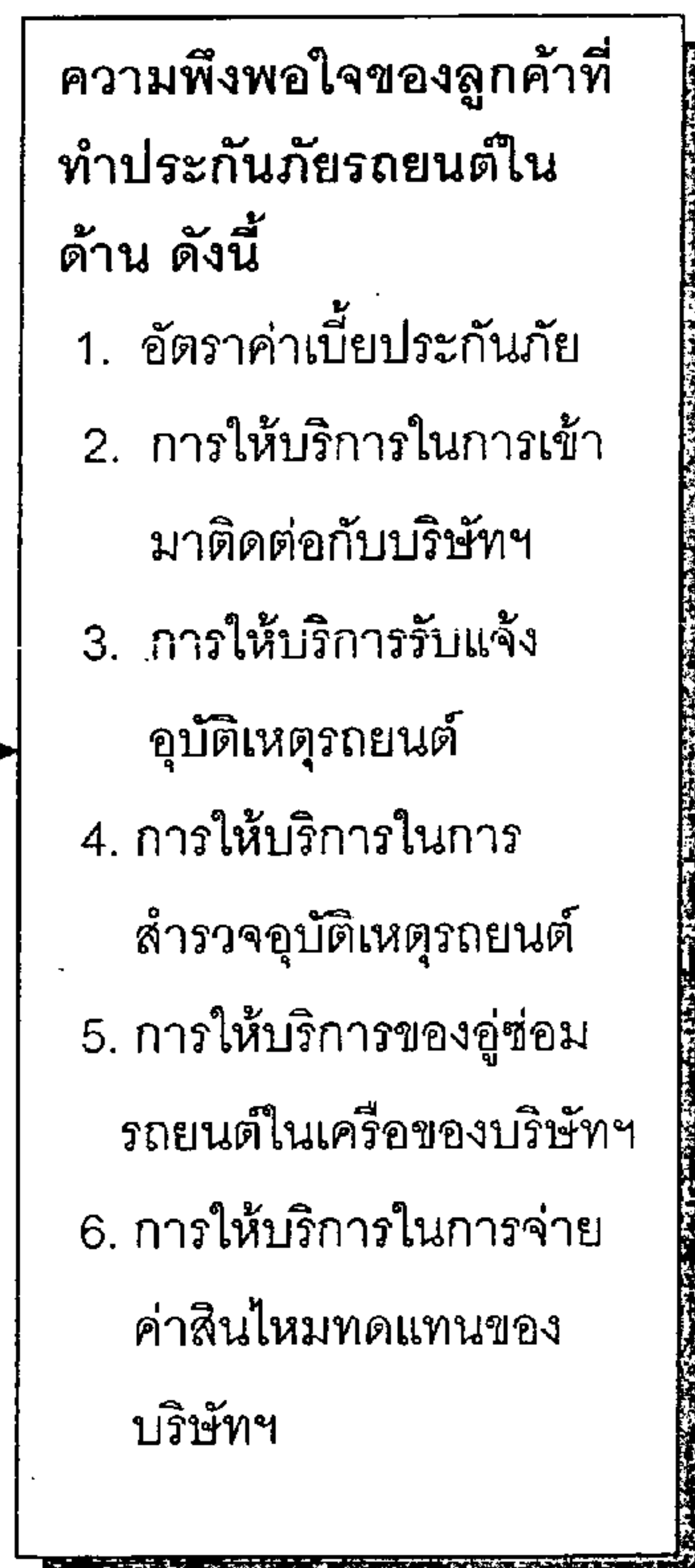
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
6. ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
7. ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าดำเนินไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยจึงเสนอเอกสารและงานวิจัยเพื่อสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์
6. ประวัติบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์

ฮันท์ (ชุคคิต บัวแก้ว. 2541 : 4 ; อ้างอิงจาก Hunt. n.d.) แบ่งความต้องการออกเป็นลำดับขั้น เป็น 5 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความสมดุลทางด้านร่างกาย (Physiological Balance) เป็นลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อน เมื่อความต้องการขั้นนี้ได้รับการตอบสนอง จะเกิดความสมดุลขึ้น และคงที่อยู่ช่วงหนึ่งหลังจากนั้นความต้องการลำดับขั้นอื่นก็จะตามมา

ขั้นที่ 2 ความปลอดภัย ความมั่นคง ด้านโครงสร้าง (Safety Security Structure) ลำดับความต้องการขั้นนี้จะเกี่ยวพันกับขั้นที่ 1 จนยากที่จะแยกออกจากกันได้เป็นความต้องการทางด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในการดำเนินงาน ระเบียบแบบแผน กฎเกณฑ์ การปฏิบัติงานต่างๆ

ขั้นที่ 3 ความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Relationship , Love , Indentification) เป็นความต้องการที่จะมีลักษณะรักในการทำงานเพื่อผู้อื่น ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม เข้าสังคม เป็นที่ยกย่องนับถือ และยอมรับจากผู้อื่น

ขั้นที่ 4 ความเชื่อมั่น ความสำนึกได้ อำนาจ ความเป็นที่นับถือ ความเป็นที่ยกย่องสรรเสริญ (Confidence , Recognition , Power Extreme) แยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ความต้องการในส่วนของตนเอง คือ อำนาจ มีความเชื่อมั่นในความสามารถและความเป็นอิสระ

2. ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับความสำคัญ เป็นเรื่องของเกียรติยศฐานะและชื่อเสียง

ขั้นที่ 5 ความบรรลุสมปรารถนาทุกประการ ความเป็นตัวของตัวเอง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Self - Fulfillment , Atonomy , Creativity) เป็นต้องการใช้เชิงอุดมคติเป็นความคิดฝันอันสวยงาม ซึ่งจะมีสูงมากในวัยหนุ่มสาว

ทฤษฎีด้านความต้องการของมาสโลว์ มาสโลว์ (วิชัย โสสุวรรณ. 2535 : 61 ; อ้างอิงจาก Maslow's Hierachy of Needs. n.d.) มาสโลว์มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะลำดับชั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และสรุปว่าเมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ความต้องการของมนุษย์พื้นฐานซึ่งกำหนดโดยมาสโลว์ มีดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย การนอนและการพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่งซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและความต้องการอื่นจะกระตุ้นบุคคลต่อไป
2. ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security of Safety Needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาหาร หรือที่อยู่อาศัย
3. ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation or Acceptance Needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเองและจากบุคคลอื่น ความต้องการนี้เป็นการพึงพอใจในอำนาจ ความภาคภูมิใจ สถานะและความเชื่อมั่นในตนเอง
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Needs for Self – Actualization) มาสโลว์คำนึงถึงว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะให้ตนเองประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

จากความต้องการของมนุษย์ในขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย เมื่อมนุษย์รู้สึกว่าการเสี่ยงภัย คือมีโอกาสที่อาจเกิดเหตุร้าย ซึ่งเหตุร้ายที่เกิดขึ้นทำให้สูญเสียทรัพย์สินหรือรายได้ คนทั่วไปไม่ต้องการให้ภัยเกิดขึ้น หรือถ้ารู้ว่าภัยที่จะเกิดขึ้นแน่ก็จะหาทางหลีกเลี่ยงเท่าที่จะทำได้ แต่ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องเผชิญกับภัยนั้น และทางที่ดีที่สุดคือการป้องกันหรือบรรเทาการสูญเสียที่อาจเกิดจากภัยไว้ล่วงหน้า การตระหนักในข้อนี้ก็คือความต้องการการหลักประกัน ไม่ว่าจะเป็นสำหรับชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ความต้องการหลักประกันนี้คือมูลฐานของการประกันภัย

เมื่อมีการเสี่ยงภัย มนุษย์ก็ต้องหาวิธีการเผชิญกับการเสี่ยงภัย ซึ่งอาจจะกระทำได้ 4 วิธีด้วยกันคือ

- การระมัดระวังและการป้องกัน
- การโอนการเสี่ยงภัยไปให้ผู้อื่น
- การรับความเสี่ยงภัยโดยตนเอง
- การทำประกันภัย

ธุรกิจประกันภัยจึงเกิดขึ้นเพื่อทำให้ความต้องการของมนุษย์ในขั้นนี้ได้รับการตอบสนอง และในเวลาต่อมาก็ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการประกันภัยให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา จนเกิดเป็นการประกันภัยหลายประเภทที่มีพื้นฐานสำคัญคือการให้การคุ้มครอง พร้อมกันกับการให้สิ่งอื่น ๆ เช่น การให้ผลประโยชน์ดอกเบี๊ยะในฐานะของการออมทรัพย์สินด้วยอีกส่วนหนึ่ง ดังนั้นการทำประกันภัย

ของผู้บริโภคก็คือความต้องการได้รับความคุ้มครองซึ่งจะนำมาสู่ความรู้สึกมั่นคงในชีวิต แต่เนื่องจากบริษัทประกันภัยได้พยายามที่จะผลิตรูปแบบการประกันภัยให้หลากหลายเพื่อจูงใจหรือสร้างความต้องการจะประกันให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้น ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจทำประกันภัยจึงอาจจะมีหลายปัจจัย นอกเหนือจากเรื่องความต้องการความมั่นคงในชีวิต

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2526 : 577) ได้ให้คำว่า "พอใจ" หมายถึง สนใจ ชอบ เหมาะ

ความพึงพอใจสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Service Satisfaction) แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเป็นเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการเท่านั้น

เซลลี (กรรณิการ์ จันทรแก้ว. 2538 : 21; อ้างอิงจาก Shelly. 1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุข หรือ ความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความรู้สึกนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

วอลเลสทิน (จิรวิทย์ เดชะจรัสศรี. 2538 : 39 ; อ้างอิงจาก Wallestin. 1971) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วอลแมน (ศทาวุธ ศิริวัฒน์. 2542 : 11-12 ; อ้างอิงจาก Wolman. 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goal) ความต้องการ (Needs) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

หลุย จำปาเทศ (สุรยุทธ วิชาลทรง. 2541 : 28 ; อ้างอิงจาก หลุย จำปาเทศ. 2533) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จาก สายตา คำพูด และการแสดงออก

คอตเลอร์ (Kotler. 2540 : 48-50 ; อ้างอิงจาก Kotler.1997) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectations) ระดับของความพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของ

ข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยังพอใจมากขึ้นไปอีก

บริษัทหลายแห่งมีเป้าหมายที่จะสร้างความพอใจในระดับสูงเพราะความพอใจอย่างเดียวยังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับตนตลอดไป พวกเขาอาจเปลี่ยนใจไปหาบริษัทอื่นหากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่า ดังนั้นลูกค้าที่ได้รับ ความพอใจอย่างสูง จะไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของพวกเขา สร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อตราสินค้านั้น ๆ ซึ่งไม่ใช่ความชอบแบบธรรมดาทั่วไป ผลที่ตามมาคือความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

ลูกค้าจะสร้างความคาดหวังบนพื้นฐานประสบการณ์จากการซื้อที่ผ่านมาของลูกค้า คำแนะนำของเพื่อนฝูงคนใกล้ชิด ข่าวสารและคำมั่นสัญญาของนักการตลาดและคู่แข่งชั้น หากนักการตลาดสร้างความคาดหวังให้สูงเกินไป ลูกค้าก็มีแนวโน้มที่จะผิดหวังได้เช่นกัน ในทางตรงกันข้าม หากบริษัทสร้างความคาดหวังของลูกค้าต่ำเกินไป มันก็ไม่ได้ดึงดูดใจลูกค้าเพียงพอทั้งที่มันสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ก็ตาม

ดังนั้นบริษัทที่ต้องการประสบความสำเร็จในสภาพตลาดปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจความคาดหวัง ภาพพจน์เกี่ยวกับความสามารถ ความน่าเชื่อถือ และความพอใจของลูกค้าทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับตัวบริษัทและของคู่แข่งด้วย สำหรับบริษัทที่เน้นความสำคัญของลูกค้าแล้ว ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นทั้งเป้าหมายและเครื่องมือการตลาดเลยทีเดียว บริษัทที่มีอัตราความพึงพอใจของลูกค้าสูงต้องถ่ายทอดข้อมูลดังกล่าวให้ตลาดเป้าหมายหรือประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าของตนหรือสาธารณชนทราบด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มที่จะเข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัท

สาโรช ไสยสมบัติ (2534 : 15) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากนี้ ผู้บริการจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

มิลเลท (วีรพล รัตนภาสกร. 2537: 38 ; อ้างอิงจาก Millet. 1954) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfaction Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Services) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Services) หมายถึงในการบริการต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานของภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Amble Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี

ความหมายเลยถ้าจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Services) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Services) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากความหมายข้างต้นจึงสรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลอาจจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับค่านิยม ความคาดหวัง สภาพแวดล้อม และประสบการณ์ที่ได้รับ

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 6 ; อ้างอิงจาก Kotler and Armstrong, 1996 : G 10) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์ที่ไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนออีกฝ่ายหนึ่ง

เสรี วงศ์มณฑา (2536 : 86 – 88) กล่าวว่า การบริการเป็นปัจจัยของการแข่งขัน ยิ่งสินค้ามีความแตกต่างกันมากเท่าใด การบริการก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น การบริการเริ่มขึ้นที่หัวใจยอมที่จะรับใช้และให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภค แล้วก็ผสมผสานสิ่งต่อไปนี้เข้าไปในการทำธุรกิจ

1. อย่างมองข้ามเรื่องเล็กน้อย
2. การแก้ไขปัญหาลูกค้าโดยไม่คิดว่าเป็นเรื่องจุกจิก
3. การรับผิดชอบปัญหาของลูกค้าด้วยความจริงใจ
4. การสร้างความประทับใจที่อาจจะลืมไม่ลง
5. การเรียนรู้ความคาดหวังของลูกค้าแล้วพยายามตอบสนอง
6. การมุ่งมั่นที่จะเน้นคุณภาพ
7. การทำให้ลูกค้าเกิดความภูมิใจในตัวเอง
8. การปรับปรุงอยู่เสมอ
9. การยอมลงทุนทางด้านเทคโนโลยี ลงทุนเพื่อการพัฒนา
10. การทำงานเพื่อแข่งขันกับเวลา
11. การตอบสนองรูปแบบการปฏิบัติสมัยใหม่ของผู้บริโภค
12. การให้การรับประกันด้วยความกล้าและเชื่อมั่น
13. การมีความไวต่อความรู้สึกของลูกค้า
14. การใส่ใจของผู้บริหาร
15. การพัฒนาแนวทาง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 334) ได้กล่าวว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ โดยลูกค้าจะพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ ดังนี้

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการ คือ การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด และการให้บริการเสริม

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป

2. โมเดลคุณภาพของบริการ (Service-quality Model) ได้มีการกำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ โดยมีช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

2.1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภค ถ้าฝ่ายจัดการไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่ลูกค้าคาดหวังได้ ก็เกิดช่องว่างนี้ขึ้น

2.2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการและลักษณะคุณภาพการให้บริการ ฝ่ายจัดการอาจจะแก้ไขความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานเฉพาะอย่าง

2.3 ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐาน

2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากตัวแทน และการโฆษณาของบริษัท

2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้วัดการทำงานของบริษัท และไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

มณีวรรณ ตันไทย (จุฑา น้อยบัวทิพย์, 2540: 15; อ้างอิงจาก มณีวรรณ ตันไทย, 2533) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลักการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

กำหนด เกียรติปฐมชัย (2538:22) ซึ่งกล่าวถึงหลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้แก่
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพา
2. การตอบสนอง (Responsiveness) ได้แก่
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3. ความต่อเนื่องในการติดต่อ
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ได้แก่
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ได้แก่
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมาซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 อยู่ในสถานการณ์ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพ อ่อนโยน (Courtesy) ได้แก่
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ได้แก่
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
 - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คานุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541 : 124; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk .1994 : 5) ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

คอตเลอร์ (Kotler.1997 : 218) กล่าวว่า เป้าหมายของการตลาดเพื่อสามารถเข้าถึงและสร้างความพึงพอใจ ตรงตามความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขอบเขตในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่ม และองค์กร มีการเลือกซื้อ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ที่สร้างความพอใจตามความต้องการและปรารถนาของตนได้อย่างไร

การทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและการรู้จักผู้บริโภค นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้บริโภคอาจจะแจ้งถึงความจำเป็นและความต้องการของตนออกมาในลักษณะหนึ่งแต่กลับแสดงออกอีกลักษณะหนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะพวกเขาอาจจะไม่ได้ถูกสัมผัสด้วยแรงกระตุ้นที่มากนัก อาจจะตอบสนองต่ออิทธิพลที่ทำให้ความคิดของเขาเปลี่ยนแปลงไปในนาทีสุดท้าย ยิ่งไปกว่านั้น นักการตลาดต้องศึกษาถึงความต้องการ การรับรู้ ความพึงพอใจ รวมทั้งพฤติกรรมการซื้อและการเลือกดูสินค้าของผู้บริโภคด้วย

แบบพฤติกรรมผู้บริโภค

สมัยก่อนนักการตลาดสามารถทำความเข้าใจผู้บริโภคโดยอาศัยประสบการณ์ในการขายสินค้าแก่ลูกค้า แต่การเจริญเติบโตของบริษัทและตลาดก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ผู้จัดการฝ่ายการตลาดจำนวนมากไม่ได้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับลูกค้า ยิ่งกว่านั้น ผู้จัดการทั้งหลายยังต้องเชื่อการวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 125) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO ?, WHAT?, WHY?, WHO ?, WHEN ?, WHERE? และ HOW? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets and Operations

5. ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์

การประกันวินาศภัยในประเทศไทย แบ่งประเภทของการประกันภัยออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การประกันอัคคีภัย
2. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง
3. การประกันภัยรถยนต์
4. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด

ปัจจุบันประเทศไทยมีบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยทั้งสิ้น 78 บริษัท ประกอบด้วยบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย จำนวน 73 บริษัท และเป็นสาขาบริษัทต่างประเทศจำนวน 5 บริษัท ในจำนวนบริษัทประกันวินาศภัยดังกล่าว บริษัทที่รับประกันภัยรถยนต์มีจำนวน 68 บริษัท เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย จำนวน 65 บริษัท และเป็นสาขาบริษัทต่างประเทศ จำนวน 3 บริษัท (กรมการประกันภัย. 2543 จำนวนบริษัทและประเภทของธุรกิจประกันวินาศภัย ปี2543 (Online)).

<http://www.doi.go.th/statc/statcni.htm>)

ประวัติความเป็นมาของการประกันภัยรถยนต์

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดขึ้น ความจำเป็นในการใช้รถยนต์มีมากขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการทหารและกิจการพลเรือน มีการผลิตรถยนต์จำนวนมากในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และหลังสงครามโลกสิ้นสุดลง มีการสร้างถนนและขยายเส้นทางการขนส่งโดยรถยนต์ โดยทั่วไปอุบัติเหตุจากรถยนต์เกิดขึ้นอยู่เสมอและเพิ่มจำนวนมากขึ้น ผู้ได้รับความเสียหายบางรายเป็นบุคคลภายนอก ซึ่งไม่มีหลักประกันความคุ้มครองความบาดเจ็บเสียหายอันเกิดจากรถยนต์นั้นแต่อย่างใด รัฐบาลอังกฤษจึงมีแนวความคิดที่จะบังคับให้เอาประกันภัยรถยนต์เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่สาม โดยออกพระราชบัญญัติ Road Traffic ในปี ค.ศ.1930 (พ.ศ.2473) ออกบังคับให้ผู้ใช้รถยนต์เอาประกันภัยเพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่สาม ในกรณีที่เขาได้รับความเสียหายถึงตาย และบาดเจ็บต่อร่างกาย อันเนื่องจากการใช้รถยนต์นั้น และมีการแก้ไขอีกครั้งในปี ค.ศ.1933 – 1934 (พ.ศ. 2476 – 2477) และ ค.ศ.1972 (พ.ศ.2515) เพื่อคุ้มครองความเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์กับบุคคลที่สามดียิ่งขึ้น เช่น มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการจ่ายเงินเพื่อการรักษาฉุกเฉินให้กับหมอและโรงพยาบาล การบังคับให้เอาประกันภัยรถยนต์เพื่อคุ้มครองความเสียหายกับบุคคลที่สามนี้ยังได้รับการคุ้มครองไปถึงความเสียหายแก่ทรัพย์สินของบุคคลที่สาม และตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ.1974 (พ.ศ.2517) เป็นต้นมา กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ที่ออกในประเทศอังกฤษได้ขยายความคุ้มครอง ความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม ภายใต้กฎหมายของประเทศที่เป็นสมาชิกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปด้วย (สิทธิโชค ศรีเจริญ. 2529 : 4)

พัฒนาการด้านประกันภัยรถยนต์ของประเทศไทย เริ่มทำการอย่างจริงจังประมาณปี พ.ศ.2517 – 2522 กล่าวคือ สมาคมประกันวินาศภัยและกรมการประกันภัย ได้เห็นถึงความยุ่งยากและความสับสนของการทำประกันภัยรถยนต์ที่เกิดแก่ผู้เอาประกันภัย ประกอบกับการประกันภัยรถยนต์เป็นที่สนใจของประชาชนมากยิ่งขึ้นทุกขณะ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีงามแก่ธุรกิจประกันภัย จึงได้ดำริที่จะสร้างแบบและข้อความกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ รวมทั้งอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกบริษัทขึ้น ซึ่งกว่าแนวความคิดนี้จะบรรลุผลสำเร็จประมาณปลายปี พ.ศ.2524 และนายทะเบียนประกันวินาศภัยจึงได้ประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2525 เป็นต้นมาตราจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้จะมีการปรับปรุงแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ฉบับนี้อยู่บ้างเป็นลำดับ แต่ก็มิได้เป็นเหตุให้มีการเปลี่ยนแปลงความคุ้มครองไปจากเจตนารมณ์เดิมเท่าใดนัก

การรับประกันภัยรถยนต์ในปัจจุบัน แยกออกเป็น การรับประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ และการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

1. การรับประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือที่คนส่วนใหญ่เรียกว่า “ประกัน พ.ร.บ.” เป็นการประกันภัยที่มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.1 เพื่อคุ้มครองและให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้ประสบภัยจากรถที่ได้รับบาดเจ็บ เสียชีวิต เพราะเหตุประสบภัยจากรถ โดยได้รับการรักษาพยาบาลอย่างทันท่วงที กรณีบาดเจ็บ หรือช่วยเป็นค่าปลงศพกรณีเสียชีวิต

1.2 เป็นหลักประกันให้กับโรงพยาบาล / สถานพยาบาลว่าจะได้รับค่ารักษาพยาบาลในการรักษาพยาบาลผู้ประสบภัยจากรถ

1.3 เป็นสวัสดิการสงเคราะห์ที่รัฐมอบให้แก่ประชาชนผู้ได้รับความเสียหายเพราะเหตุประสบภัยจากรถ

1.4 ส่งเสริมและสนับสนุนให้การประกันภัยเข้ามามีส่วนร่วมในการบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัยและครอบครัว

ซึ่งกฎหมายบังคับให้รถทุกคัน ทุกประเภท ต้องทำประกันภัย ใครไม่ทำมีความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ต้องถูกปรับเป็นเงินไม่เกิน 10,000 บาท โดยรถที่กฎหมายบังคับ ได้แก่

1. รถทุกชนิดทุกประเภทตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ กฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก กฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทหาร ที่เจ้าของมีไว้ใช้หรือมีไว้เพื่อใช้ไม่ว่ารถดังกล่าวจะเดินด้วยกำลังเครื่องยนต์ กำลังไฟฟ้า หรือพลังงานอื่น เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถสามล้อเครื่อง รถยนต์โดยสาร รถบรรทุก หักรถลากจูง รถพ่วง รถบดถนน รถอีแต่น ฯลฯ

2. รถบางประเภทกรมการขนส่งทางบกไม่รับจดทะเบียน แต่หากเข้าข่ายว่ารถนั้นเดินด้วยกำลังเครื่องยนต์ กำลังไฟฟ้า หรือพลังงานอื่นแล้วก็จัดเป็นรถที่ต้องทำประกันภัย พ.ร.บ.

รถประเภทที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำประกันภัย พ.ร.บ.

1. รถสำหรับเฉพาะองค์พระมหากษัตริย์ พระราชทายาท และผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์
2. รถของสำนักพระราชวังที่จดทะเบียนและมีเครื่องหมายตามระเบียบที่เลขาธิการพระราชวังกำหนด
3. รถของกระทรวง ทบวง กรม และส่วนราชการต่าง ๆ รถยนต์ทหาร
4. รถของหน่วยงานธุรการขององค์กรที่จัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญและหน่วยงานธุรการ ที่เป็นอิสระขององค์กรใด ๆ ที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญ

ผู้ที่มีหน้าที่ในการทำประกันภัย พ.ร.บ. ได้แก่เจ้าของรถผู้ครอบครองรถในฐานะผู้เช่าซื้อรถ และผู้นำรถที่จดทะเบียนในต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย

ผู้ที่ได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ได้แก่ ประชาชนทุกคนที่ประสบภัยจากรถ ไม่ว่าจะเป็นผู้ขับขี่ ผู้โดยสาร คนเดินเท้า หากได้รับความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย อนามัย อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุที่เกิดจากรถ ก็จะได้รับคุ้มครองตาม พ.ร.บ. นี้

2. การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เป็นการประกันภัยที่กฎหมายไม่ได้บังคับ การเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจนี้เป็นการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อ (ผู้เอาประกันภัย) และผู้ขาย (บริษัทประกันภัย) โดยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองได้ตามต้องการและตามกำลังเงินที่มีอยู่ โดยแบ่งความคุ้มครองให้เลือก 3 ประเภท คือ

2.1 ประเภท 1 (ชั้น 1) ให้ความคุ้มครองครอบคลุมมากที่สุด คือ

- ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ
- ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย
- ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันที่เอาประกันภัย

2.2 ประเภท 2 (ชั้น 2) ผู้ทำประกันภัยประเภทนี้จะได้รับความคุ้มครอง

- ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ
- ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- ความรับผิดชอบต่อความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย

2.3 ประเภท 3 (ชั้น 3) ซึ่งเป็นประเภทที่ให้ความคุ้มครองเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ดังนี้

- ความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ
- ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

แบบของกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

1. กรมธรรม์แบบไม่ระบุชื่อผู้ขับขี่ เป็นกรมธรรม์ที่คุ้มครองผู้ขับขี่คนใดก็ได้ที่ผู้เอาประกันภัยยินยอมให้ขับขี่รถเสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัย

2. กรมธรรม์แบบระบุชื่อผู้ขับขี่ เป็นกรมธรรม์ที่นำอายุของผู้ขับขี่มาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย และคุ้มครองผู้ขับขี่ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ กรณีบุคคลที่มีได้ระบุชื่อมาขับขี่ก็ได้รับความคุ้มครองแต่ผู้เอาประกันภัยต้องร่วมรับผิดชอบต่อค่าเสียหายที่เกิดขึ้นของอุบัติเหตุแต่ละครั้งด้วย กรมธรรม์แบบนี้ผู้เอาประกันภัยต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่ใช้รถส่วนบุคคล และสามารถระบุชื่อผู้ขับขี่ได้ไม่เกิน 2 คน โดยได้รับส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยตามช่วงอายุของผู้ขับขี่ ดังนี้

ตาราง 1 ส่วนลดเบี้ยประกันภัยรถยนต์ตามช่วงอายุของผู้ขับขี่

ผู้ขับขี่อายุ 18 – 24 ปี	ระบุชื่อผู้ขับขี่ 2 คน	ลดเบี้ย 5 %
ผู้ขับขี่อายุ 25 – 35 ปี	ระบุชื่อผู้ขับขี่ 2 คน	ลดเบี้ย 10 %
ผู้ขับขี่อายุ 36 – 50 ปี	ระบุชื่อผู้ขับขี่ 2 คน	ลดเบี้ย 20 %
ผู้ขับขี่อายุ 50 ปีขึ้นไป	ระบุชื่อผู้ขับขี่ 2 คน	ลดเบี้ย 15 %

ที่มา : กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์

ปัจจัยกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย

เบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาเป็นองค์ประกอบในการคำนวณเบี้ยประกันภัย ดังนี้

- 1. ลักษณะการใช้รถยนต์ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย เช่น รถยนต์ที่มีความเสี่ยงภัยน้อยกว่าจะเสียเบี้ยประกันภัยถูกกว่า
- 2. ขนาดรถยนต์ รถขนาดเล็กมีความเสี่ยงภัยน้อยกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ เบี้ยประกันภัยจึงต้องต่ำกว่า
- 3. กลุ่มรถยนต์ รถแต่ละยี่ห้อหรือมีราคาอะไหล่และค่าซ่อมแตกต่างกัน จึงได้แบ่งกลุ่มรถยนต์ออกเป็น 5 กลุ่ม โดยอาศัยราคาค่าซ่อมและราคาอะไหล่เป็นตัวกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย
- 4. อายุรถยนต์ เป็นตัวแปรที่ทำให้ความเสี่ยงภัยเพิ่มขึ้นหรือลดลง
- 5. อายุผู้ขับขี่ ผู้มีอายุในวัยหนุ่มสาวมีความตึกคะนองและมีสถิติเกิดอุบัติเหตุสูงจึงเสียค่าเบี้ยประกันภัยสูงกว่าวัยกลางคน
- 6. การระบุชื่อผู้ขับขี่ จะเสียเบี้ยประกันภัยต่ำกว่าไม่ระบุชื่อผู้ขับขี่
- 7. ถ้าทำประกันภัยในจำนวนเงินเอาประกันสูง ย่อมเสียเบี้ยประกันภัยสูงกว่าจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ต่ำกว่า
- 8. อุปกรณ์พิเศษ เช่น อุปกรณ์ดัมพ์ อุปกรณ์ไฮดรอลิค เป็นต้น ทำให้ความเสี่ยงภัยเพิ่มขึ้น

ความเสียหายส่วนแรก ตามคำจำกัดความในกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ให้ความหมายของคำว่าความเสียหายส่วนแรกไว้ว่า หมายถึงจำนวนเงินค่าความเสียหายในแต่ละครั้งที่ผู้เอาประกันภัยตกลงรับผิดชอบเองในกรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นจากอุบัติเหตุจากรถ โดยแบ่งความเสียหายส่วนแรก เป็น 2 กรณี ดังนี้

1. ความเสียหายส่วนแรกโดยสมัครใจ

สำหรับเจ้าของรถที่มีความเชื่อมั่นตนเองและมีความระมัดระวังในการขับรถ อาจเลือกรับผิดชอบความเสียหายส่วนแรกเอง ซึ่งสามารถเลือกได้ 2 ประเภทความคุ้มครอง คือ คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ (รถเราเอง) และคุ้มครองความเสียหายต่อทรัพย์สินบุคคลภายนอก (รถหรือทรัพย์สินของบุคคลภายนอก) โดยบริษัทประกันภัยจะลดเบี้ยประกันภัยให้เป็นจำนวนเงินตามเงื่อนไขในสัญญา

2. ความเสียหายส่วนแรกกรณีผิดสัญญา

2.1 กรณีค่าธรรมเนียมแบบระบุชื่อ แต่บุคคลอื่นขับขีและเป็นผู้ต้องรับผิดชอบ ผู้เอาประกันภัยต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายส่วนแรกเองต่อความเสียหาย ดังนี้

- 6,000 บาทแรก สำหรับความเสียหายต่อตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย
- 2,000 บาทแรก สำหรับความเสียหายต่อทรัพย์สินบุคคลภายนอก

2.2 กรณีใช้รถผิดประเภท เช่น นำรถส่วนบุคคลไปรับจ้าง ผู้เอาประกันภัยต้องรับผิดชอบเอง ดังนี้

- 2,000 บาทแรก ของความเสียหายต่อทรัพย์สินบุคคลภายนอก

สิ่งที่ผู้เอาประกันภัยควรรู้

หลายครั้งที่ข้อโต้แย้งระหว่างบริษัทประกันภัยและผู้เอาประกันภัยมีสาเหตุมาจากการที่ผู้เอาประกันภัยไม่เข้าใจในหลักกฎหมาย เงื่อนไข และข้อยกเว้นของการทำประกันภัยรถยนต์ ซึ่งปัญหาดังกล่าวสามารถป้องกันมิให้เกิดขึ้นหรือให้เกิดลดน้อยลงได้ หากผู้เอาประกันภัยได้อ่านและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้เอาประกันภัย ขอบเขตความคุ้มครอง เงื่อนไข และข้อยกเว้นต่าง ๆ ในกรมธรรม์ประกันภัยให้เข้าใจถ่องแท้ จึงขอยกเรื่องสิทธิและหน้าที่ของผู้เอาประกันภัย เงื่อนไข และข้อยกเว้น ในกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ที่คิดว่าสำคัญและน่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้เอาประกันภัยให้ทราบ ดังนี้

1. การหยุดใช้รถ ผู้เอาประกันภัยอาจแจ้งการหยุดใช้รถยนต์เพื่อขอรับเบี้ยประกันภัยคืนจากบริษัทผู้รับประกันภัยได้โดย

1.1 ต้องแจ้งล่วงหน้าเพื่อขอหยุดการใช้รถยนต์ การคืนเบี้ยประกันภัยให้เฉลี่ยเป็นรายวัน

1.2 ห้ามคืนเบี้ยประกันภัยในการหยุดใช้รถ ในกรณี

1.2.1 ระหว่างการซ่อมแซม

1.2.2 หยุดการใช้รถยนต์น้อยกว่า 30 วัน

2. การโอนรถยนต์ เมื่อผู้เอาประกันภัยรถยนต์โอนรถยนต์ให้บุคคลอื่น ให้ถือว่าผู้รับโอนเป็นผู้เอาประกันภัยตามกรมธรรม์ประกันภัยนี้ และบริษัทผู้รับประกันภัยต้องรับผิดชอบตามกรมธรรม์ประกันภัยต่อไปตลอดอายุกรมธรรม์ประกันภัยที่ยังเหลืออยู่

ในกรณีเป็นการทำประกันภัยประเภทระบุชื่อผู้ขับขี่ ผู้เอาประกันภัยจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงผู้ขับขี่ให้บริษัทประกันภัยทราบ เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงอัตราเบี้ยประกันภัยตามสภาพความเสี่ยงภัยที่เปลี่ยนแปลง มิฉะนั้นผู้เอาประกันภัยอาจจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายส่วนแรกเอง ตามเงื่อนไขความคุ้มครองที่ปรากฏในกรมธรรม์

3. รถยนต์เช่าซื้อ การประกันภัยรถยนต์เช่าซื้อ ให้บริษัทผู้รับประกันภัยจัดทำกรมธรรม์ให้ผู้เช่าซื้อเป็นผู้เอาประกันภัยแต่ผู้เดียวเท่านั้น การยกผลประโยชน์ตามส่วนได้เสียให้ผู้เช่าซื้อให้บริษัทใช้เอกสารแนบท้าย

4. การลด – เพิ่มเบี้ยประวัติ

4.1 กรณีประวัติดี มีส่วนลดเบี้ยประกันภัยไว้ 4 ชั้น ชั้นละปีตามลำดับ คือ 20% 30% 40% และ 50% หากมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นในปีใดปีหนึ่ง ยังคงมีส่วนลดเบี้ยประวัติในกรณีที่ผู้เอาประกันภัย

4.1.1 ไม่ได้เป็นฝ่ายประมาท ได้ส่วนลดเพิ่ม

4.1.2 เป็นฝ่ายประมาทหรือไม่สามารถแจ้งคู่กรณีได้ ส่วนลดจะน้อยลงไปเท่ากับปีที่ผ่านมา เช่น ปีนี้ควรจะได้รับส่วนลด 30% แต่ผู้เอาประกันภัยเป็นฝ่ายประมาท ส่วนลดที่ได้รับจะเหลือเพียง 20%

4.1.3 เป็นฝ่ายประมาท หรือไม่สามารถแจ้งคู่กรณีได้และมีการเรียกร้องค่าสินไหมตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป และมีจำนวนเงินเกิน 200% ของเบี้ยประกันภัย ส่วนลดจะน้อยลงไปเท่ากับ 2 ปีที่ผ่านมา เช่น ปีนี้ควรจะได้รับส่วนลด 30% แต่ผู้เอาประกันภัยเป็นฝ่ายประมาท และมีการเรียกร้องสินไหมทดแทน 3 ครั้ง รวมเป็นเงิน 60,000 บาท ขณะที่เบี้ยประกันภัยมีอัตรา 15,000 บาท ส่วนลดที่ได้รับก็จะเหลือเพียง 20%

4.2 กรณีประวัติไม่ดี มีส่วนเพิ่มเบี้ยประกันภัย 4 ชั้น ชั้นละปีตามลำดับ คือ 20% 30% 40% และ 50% เช่นกัน

เมื่อเกิดอุบัติเหตุควรจะทำอย่างไร

1. แจ้งอุบัติเหตุทันทีต่อบริษัทประกันภัย
2. เมื่อเจ้าหน้าที่บริษัทดำเนินการสำรวจความเสียหายแล้ว จะให้ใบรับแจ้งเหตุไว้
3. นำเอกสารใบแจ้งเหตุไปให้บริษัทประกันภัยคุ้มครองราคาทรัพย์สินที่เสียหายก่อนทำการซ่อม
4. นำรถเข้าซ่อมกับอู่ที่บริษัทเสนอ หรืออู่ที่ท่านเลือก (กรณีตกลงราคากันได้) หรืออยู่กลางกรมการประกันภัย
5. เมื่อรถซ่อมเสร็จ ควรสำรวจความเรียบร้อยก่อนรับกลับคืน และลงนามในเอกสารรับรถตามขั้นตอนอย่างถูกต้อง

การแก้ไขสัญญาประกันภัยรถยนต์ สัญญาคุ้มครองและเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ โดยเอกสารแนบท้ายของบริษัทผู้รับประกันภัยเท่านั้น

การบอกเลิกกรมธรรม์

ผู้เอาประกันภัยและบริษัทประกันภัยสามารถบอกเลิกกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ได้ ดังนี้

1. กรณีบริษัทบอกเลิก ต้องส่งหนังสือบอกกล่าวล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนถึงผู้เอาประกันภัย ตามที่อยู่ครั้งสุดท้ายที่แจ้งให้บริษัททราบ และบริษัทจะคืนเบี้ยประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยโดยหักเบี้ยประกันภัยสำหรับระยะเวลาที่กรมธรรม์ใช้บังคับมาแล้วออกตามส่วน
2. กรณีผู้เอาประกันภัยบอกเลิก ให้แจ้งให้บริษัททราบเป็นลายลักษณ์อักษร และมีสิทธิได้รับเบี้ยประกันภัยคืนตามอัตราการคืนเบี้ยประกันภัยที่ระบุไว้ในกรมธรรม์
3. กรณีเป็นการประกันภัยกลุ่มและมีการลดจำนวนรถยนต์ ให้คืนเบี้ยประกันภัยเฉลี่ยรายวัน

การสิ้นสุดบังคับของกรรมกรรมประกันภัยรถยนต์

1. ณ วันที่ เวลา ที่ระบุไว้ในตาราง
2. เมื่อผู้เอาประกันภัยไม่ชำระเบี้ยประกันภัยภายในกำหนด 60 วัน นับแต่วันที่กรรมกรรมเริ่มมีผลบังคับ ให้ถือว่าผู้เอาประกันภัยประสงค์จะเอาประกันภัยอีกต่อไป
3. มีการบอกเลิกกรรมกรรม โดยผู้เอาประกันภัยหรือบริษัทประกันภัยเป็นฝ่ายบอกเลิกก็ได้

6. ประวัติความเป็นมาของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2494 โดย ชพนธ์ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท

ในปี 2507 ทางราชการได้รับโอนหุ้นของ ชพนธ์ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ มาเป็นของกระทรวงการคลังส่วนหนึ่ง และปี 2518 รับโอนหุ้นของ ชพนธ์ จอมพลประภาส จารุเสถียร เป็นของกระทรวงการคลังอีกส่วนหนึ่ง ทำให้กระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทถึง 55.6% เป็นผลให้บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลังตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ในปี 2533 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม บริษัทฯ ได้เปิดทำการที่อาคารสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นของตนเองเป็นอาคาร 7 ชั้น ตั้งอยู่ ณ 63/2 ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ และบริษัทฯ ยังได้รับคัดเลือกให้เป็นบริษัทดีเด่นแห่งปี ซึ่งถือเป็นเกียรติประวัติสูงสุดของบริษัทฯ และพนักงานทุกคน

ในปี 2536 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กระทรวงการคลังกระจายหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัทฯ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของกระทรวงการคลังเหลือเพียงร้อยละ 5.24

ต่อมาในปี 2537 – 2539 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 80 ล้านบาท เป็น 240 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 24,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และในเดือนมีนาคม 2538 คณะกรรมการบริษัท มีมติให้แปรสภาพบริษัทฯ จากรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทมหาชน และในเดือนมิถุนายนปีเดียวกัน คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติในหลักการเรื่องการแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 อีกทั้งยังเป็นการเตรียมการบริษัทฯ ให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน และพร้อมที่จะแข่งขันในภาวะการแข่งขันเสรีของธุรกิจประกันภัยตามข้อตกลงของแกตต์

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด ต่อกรมทะเบียนการค้ากระทรวงพาณิชย์ พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2538 โดยมีกระทรวงการคลัง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เป็น ผู้ถือหุ้นใหญ่

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายการบริการให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ รวม 15 สาขา ได้แก่สาขา เชียงใหม่ นครสวรรค์ พิษณุโลก ขอนแก่น ระยอง อุบลราชธานี เพชรบุรี ชลบุรี นครราชสีมา ฉะเชิงเทรา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต หาดใหญ่ นครปฐม และสาขาบางกะปิ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายงานบริการผ่านเครือข่ายดังต่อไปนี้ ตัวแทนคุณภาพ สำนักงานตัวแทนคุณภาพ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ที่ทำการไปรษณีย์ 1,146 แห่ง รวมถึงการให้บริการเคลื่อนที่โดยรถ Mobile Office

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า สู่ความภูมิใจในการเป็นบริษัทประกันวินาศภัยแห่งแรกของไทยที่ได้รับ ISO 9002 ทุกระบบขององค์กร เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2542 จากสถาบัน SGS Yarsley International Certification Services Limited แห่งประเทศอังกฤษ

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจรับประกันวินาศภัย (Non Life Insurance) แบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่

1. การประกันอัคคีภัย เป็นการให้ความคุ้มครองความเสียหายอันเกิดจากไฟไหม้ที่เกิดแก่ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เช่น สิ่งปลูกสร้างอาคารสำนักงาน โรงงาน สต็อกสินค้า เครื่องจักร เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าที่อยู่ในสิ่งปลูกสร้าง โดยยกเว้นวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น เงินแท่ง ทองแท่ง อัญมณี โบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุ เอกสารแบบแปลน ภาพเขียน เงินตรา ธนบัตร ทั้งนี้การประกันอัคคีภัยสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก ๆ คือ บ้าน โรงงาน อาคารขนาดใหญ่ และอื่น ๆ

2. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง คือการให้ความคุ้มครองความเสียหายของสินค้าในช่วงระหว่างการขนส่ง ซึ่งอาจเกิดจากอุบัติเหตุที่คาดไม่ถึง เช่น เรือล่ม เรือเกยตื้น เครื่องบินตก ฯลฯ โดยบริษัทแบ่งการรับประกันออกเป็น 2 ประเภท คือ การรับประกันภัยการขนส่งสินค้าทางบก ทางเรือ และทางอากาศ และการรับประกันภัยตัวเรือ เครื่องจักรอุปกรณ์เรือ

3. การประกันภัยรถยนต์ คือการให้ความคุ้มครองความเสียหายอันเกิดจากอุบัติเหตุทางรถยนต์ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยทางรถ พ.ศ.2535 ที่มีผลบังคับใช้สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยจะชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ประสบภัยกรณีเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะหรือทุพพลภาพ ตามวงเงินที่ระบุในพระราชบัญญัติ

3.2 การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประกอบด้วย การประกันภัยตัวรถ การประกันภัยบุคคลที่สาม การลักทรัพย์ในรถ และการประกันภัยรวมหรือประกันภัยชั้นหนึ่ง

4. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด เป็นการประกันความเสียหายที่เกิดกับบุคคลหรือทรัพย์สินประเภทอื่น นอกเหนือจากการประกันภัยทั้ง 3 ประเภทข้างต้น อาทิ การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยอุบัติเหตุเดินทาง การประกันภัยสำหรับเงิน การประกันโจรกรรม การประกันภัยเครื่องจักร การประกันภัยเครื่องบิน การประกันภัยปิโตรเคมีและพลังงาน และการประกันภัยความเสี่ยงภัยทุกชนิด เป็นต้น

7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูศักดิ์ บัวแก้ว และ สุณี กุลตระกูล (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะการทำประกันชีวิตและการทำวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยภูมิหลัง อันได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงาน และระดับรายได้มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตและวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่เพศไม่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัย ส่วนผู้ที่เคยทำประกันภัยประเภทใดประเภทหนึ่งมาก่อนแต่ยกเลิกแล้วในปัจจุบันมีสาเหตุที่สำคัญที่สุด คือ จำเป็นต้องลดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทประกันภัย ส่วนผู้ที่ไม่เคยทำประกันภัยมาก่อนเลยนั้น เนื่องจากหน่วยงานที่สังกัดอยู่มีสวัสดิการที่ดีเพียงพอ และไม่มี ความจำเป็นต้องประกันภัย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้พิจารณาการเลือกบริษัทประกันภัยของผู้ทำประกันภัย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือความมั่นคงของบริษัท รองลงมาคือภาพพจน์ด้านคุณภาพของการบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท สำหรับปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันภัย พบว่า ผู้ที่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญกับความต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองมากที่สุด รองลงมาคือความต้องการความมั่นคงต่อชีวิตและทรัพย์สินของครอบครัวและการทำประกันเพื่อเป็นการออมทรัพย์อีกทางหนึ่ง ส่วนผู้ทำประกันวินาศภัยมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจทำประกันคือ ความสะดวกเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง และการมีผู้เจรจาต่อรองกับรถยนต์คู่กรณี จะเห็นได้ว่าผลสรุปที่ได้ข้างต้นเอนเอียงไปทางด้านผู้ทำประกันภัยรถยนต์ ทั้งนี้เพราะการประกันภัยรถยนต์เป็นการประกันวินาศภัยที่มีสัดส่วนที่สูงที่สุดถึงกว่าร้อยละ 60 ในประเทศไทย และการวิเคราะห์ความรู้สึกจากประสบการณ์ที่ได้จากการบริการและทัศนคติต่อพนักงานและบริษัทประกันพบว่าทุก ๆ ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับความพอใจของผู้ทำประกัน โดยการทดสอบด้วยสหสัมพันธ์ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับความพอใจคือความสะดวกในการติดต่อพนักงาน (ตัวแทนประกัน และพนักงานเคลม) รองลงมาคือความซื่อสัตย์ของพนักงานและผู้บริหารของบริษัท

พวงเพ็ญ นิวัฒน์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำประกันชีวิตและวินาศภัยในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำประกันชีวิตมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ รายได้ประชาชาติ จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อปีที่แล้ว จำนวนค่าสินไหมทดแทนประกันชีวิตปีที่แล้ว และจำนวนตัวแทนประกันชีวิต โดยที่รายได้ประชาชาติ จำนวนกรมธรรม์ ประกันชีวิตเมื่อปีที่แล้ว มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีทิศทางเดียวกัน ในการกำหนดค่า จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตปีปัจจุบัน ส่วนอัตราค่าสินไหมทดแทนประกันชีวิตเมื่อปีที่แล้ว มีนัยสำคัญทางสถิติ มีทิศทางตรงกันข้าม ในการกำหนดค่าจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนจำนวนตัวแทนประกันชีวิต มีทิศทางเดียวกัน ในการกำหนดค่าจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตปีปัจจุบัน แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดค่า

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำประกันภัยรถยนต์มากที่สุดเรียงตามลำดับคือ จำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์เมื่อปีที่แล้ว จำนวนค่าสินไหมทดแทนประกันภัยรถยนต์เมื่อปีที่แล้ว ปริมาณการจดทะเบียนรถยนต์ โดยที่จำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์เมื่อปีที่แล้วมีทิศทางเดียวกัน ในการกำหนดค่าจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ปีปัจจุบัน โดยที่จำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์เมื่อปีที่แล้ว มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปริมาณการจดทะเบียนรถยนต์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอัตราค่าสินไหมทดแทนประกันภัยรถยนต์ปีที่แล้วมีทิศทางตรงกันข้ามในการกำหนดค่าจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ปีปัจจุบัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดค่า

สมจิตต์ มาร์ตินชัย (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงของการเลือกใช้บริการประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด พบว่า การที่กรมการประกันภัยสั่งปิดกิจการชั่วคราว เนื่องจากได้รับการร้องเรียนจากผู้เอาประกันภัย ในการเรียกร้องค่าเสียหายและการที่ผู้ซ่อมรถยนต์ได้รับลูกค้าที่ทำประกันภัยไว้กับทางบริษัท เนื่องจากทางบริษัท ดัดแปลงค่าซ่อมรถยนต์กับทางอยู่จำนวนมาก ทำให้ผู้เอาประกันภัยได้รับความเดือดร้อน กรมการประกันภัยจึงได้ทำการตรวจสอบฐานะของบริษัท พบว่ามีปัญหาขาดสภาพคล่อง การเสนอแผนฟื้นฟูของบริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด เมื่อพิจารณาประกอบกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เห็นได้ชัดว่ามีความชัดเจนและความเป็นไปได้น้อย กรมการประกันภัยจึงมีคำสั่งปิดกิจการเป็นการถาวรเมื่อต้นเดือนพฤษภาคม 2541

จากการศึกษากรณีดังกล่าว ควรที่ทางราชการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันวินาศภัย ควรให้ความสนใจในการควบคุมและตรวจสอบอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งมีระบบเตือนภัยและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อความมั่นคงและสร้างความเชื่อถือให้กับประชาชน และให้ประชาชนได้มีทางเลือกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ : สำหรับลูกค้าในการเลือกใช้บริการประกันภัย จำเป็นจะต้องสนใจข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัย ชนิดของประกันภัยที่สนใจในเรื่อง ความคุ้มครอง หรือภัยที่กำลังเผชิญเป็นอันดับแรก รองมาคือค่าเบี้ยประกันภัย ซึ่งที่ปฏิบัติกันมามักจะให้ความสำคัญกับค่าเบี้ยประกันภัยและส่วนลดต่าง ๆ มาก ซึ่งถือเป็นข้อผิดพลาดในการซื้อกรมธรรม์ประกันภัยซึ่งจะนำไปสู่ข้อโต้แย้งเมื่อมีการเรียกร้องค่าเสียหายเกิดขึ้น

ปัจจัยในการพิจารณาบริษัทประกันภัยในแง่ประชาชนผู้ใช้บริการ ดังนี้คือ

1. ฐานะการเงินของบริษัท
2. การจัดประกันภัยต่อหรือประกันภัยช่วง
3. กรมธรรม์ที่บริษัทนั้น ๆ ขายออกมา ความคุ้มครองและเงื่อนไข
4. การเรียกร้องหรือการชดใช้ค่าเสียหาย ต้องมีความยุติธรรม รวดเร็ว
5. การรับประกันภัยทุกชนิด ไม่ใช้บริการแต่กรมธรรม์อัคคีภัยหรือรถยนต์เป็นต้น

ความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อของบริษัทประกันภัย หากเกิดภัยขึ้นจะได้รับการชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้น ตลอดจนความรวดเร็วในการบริการ แต่อย่างไรก็ตามหากทำผิดเงื่อนไขแล้ว บริษัทประกันภัยยอมปฏิเสธการชดใช้ จากการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางและเครื่องชี้แนะอย่างหนึ่งในการบริหารงานสำหรับบริษัทประกันภัย และลูกค้าในการเลือกใช้บริการของบริษัทประกันภัยใด เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกรณีบริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด

ศิริวรรณ ไชยสุรยกานต์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ก็คือ อายุ และอัตราเบี้ยประกันที่ผู้บริโภคมองว่าคุ้มค่าที่จะเห็นจากผลการศึกษาว่า ผู้ที่มีอายุสูงขึ้น โอกาสในการที่จะซื้อประกันชีวิตก็จะมีมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคมียุ่ที่มากขึ้น ความรับผิดชอบตลอดจนภาระต่าง ๆ ก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทำให้ผู้บริโภคนั้นมีพฤติกรรมที่ต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมากขึ้น เพื่อป้องกันเหตุการณ์อันไม่คาดคิดที่จะเกิดขึ้น อันจะส่งผลให้ผู้ที่อยู่เบื้องหลังได้รับความเดือดร้อน

ในส่วนของอัตราเบี้ยประกันนั้นจากการศึกษาจะพบว่า อัตราเบี้ยประกันมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในทิศทางบวก เนื่องจากผู้บริโภคให้ความหมายของอัตราเบี้ยประกันเท่ากับ ความคุ้มครองที่เขาจะได้รับ ดังนั้นหากผู้บริโภคมียุ่พฤติกรรมที่ต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนสูง เขาก็ต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองที่มากเช่นกัน ดังนั้นผู้บริโภคคนนั้นจึงยินดีที่จะจ่ายเบี้ยประกันในอัตราที่สูง

ฉะนั้นในส่วนของนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลหรือบริษัทประกันชีวิตควรที่จะกระทำเพื่อเพิ่มระดับการออมภายในประเทศ โดยผ่านการซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคนั้น จึงควรที่จะส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต และตระหนักถึงความสำคัญของการประกันชีวิต เพื่อให้ผู้บริโภคมียุ่สามารถทราบถึงความเสี่ยงและความคุ้มครองที่เขาจะได้รับ หากเขาซื้อประกันชีวิต นอกจากนี้มาตรการที่จะเป็นการเพิ่มปริมาณการซื้อประกันชีวิตอาจจะกระทำได้โดยการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในธุรกิจประกันชีวิต ทั้งในส่วนของตัวแทนและนายหน้าให้สามารถให้บริการหลังการขายแก่ผู้ซื้อประกันอย่างดี ซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อประกันชีวิตเกิดความประทับใจ อันอาจจะนำมาซึ่งปริมาณการซื้อประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้นจากการบอกเล่าต่อ ๆ กันถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริษัทประกันชีวิต และท้ายสุดระดับการออมภายในประเทศก็จะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลควรมีมาตรการในการพยายามลดการกระจุยตัวของธุรกิจประกันชีวิต เพื่อให้มีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น อันจะนำมาซึ่งการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ศทาวุธ ศิริวัฒน์ (2542 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัท AIA พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมากในด้านชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท รวมถึงอัตราค่าเบี้ยประกันภัย และข้อตกลงของทางบริษัท รองลงมาก็คือ ด้านคุณภาพ และจำนวนของโรงพยาบาลที่เข้าร่วมกับบริษัท ส่วนสิ่งที่ทางบริษัทควรปรับปรุงเนื่องจากสำรวจพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลางถึงพึงพอใจน้อยมากในเรื่องการอธิบายรายละเอียดข้อตกลงต่าง ๆ ในกรมธรรม์ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การบริการของตัวแทน มีส่วนอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตไว้กับทางบริษัท AIA อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ข้อเสนอแนะ : ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับบริษัท เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทผู้วิจัยจึงใคร่ขอเสนอแนะ ดังข้อคิดเห็นนี้

1. บริษัทฯ ควรให้ความสนใจในเรื่องการทำหน้าที่ของตัวแทนที่ดีให้มากขึ้น เพราะเป็นส่วนที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก
2. บริษัทควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อถึงความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
3. บริษัทควรมีการรณรงค์ หรือสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงความห่วงใยและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทเอง

4. บริษัทควรมีการส่งเสริมโดยอาจจะเป็นการโฆษณาทาง โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ ๆ และจะทำให้ลูกค้าเดิมยังคงมีความรู้สึกที่บริษัทยังเคียงข้างตน อยู่เสมอ

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัย ครั้งนี้ได้คือ

1. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory) ที่ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์เป็น ลักษณะขั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และสรุปว่าเมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมี ความต้องการอื่นในระดับสูงขึ้นไป ซึ่งความสำคัญของการประกันภัย คือ ต้องการที่จะช่วยบรรเทาภัยที่จะ เกิดขึ้นกับมนุษย์ เพราะภัยที่จะเกิดขึ้นกับมนุษย์บางครั้งไม่สามารถที่จะทราบได้ล่วงหน้า หากสามารถคาดเดา ได้มนุษย์ก็จะหาทางป้องกันหรือหลีกเลี่ยงเท่าที่จะทำได้ การทำประกันภัยถือเป็นการบรรเทาความสูญเสียที่จะ เกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า จะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัย เป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในขั้น ที่ 2 อัน ได้แก่ ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย ซึ่งหากบริษัทประกันภัยสามารถจะเผยแพร่ข้อ มูล ข่าวสารให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องการประกันภัย พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการทำประ กันภัย จะทำให้ประชาชนหันมาทำประกันภัยกันมากยิ่งขึ้น ดังเช่นประเทศที่พัฒนาแล้ว

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Philip Kotler ที่กล่าวว่าระดับของความพอใจ สามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความ ไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่า ความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก ดังนั้น หากบริษัทต้องการที่จะให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก จะ ต้องทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทในปัจจุบัน เพื่อนำมาสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพิ่มขึ้น จะต้องให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าได้รับการบริการที่เกินความคาดหวัง

3. จากผลการวิจัยที่ผ่านมาผู้วิจัยจะนำงานวิจัยของ ชูศักดิ์ บัวแก้ว และสุณี กุลตระกูล ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันภัยคือ ความสะดวกเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความต้องการความมั่นคงในชีวิต และทรัพย์สินของตนเอง และการมีผู้เจรจาต่อรองกับรถยนต์คู่กรณี จะเห็นได้ว่าผลสรุปที่ได้ข้างต้นเอนเอียงไป ทางด้านการทำประกันภัยรถยนต์ ทั้งนี้เพราะการประกันภัยรถยนต์เป็นการประกันวินาศภัยที่มีสัดส่วนที่สูงที่ สุดถึงกว่าร้อยละ 60 ในประเทศไทย และผลงานวิจัยของ สมจิตต์ มาร์ตินชัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยในการ พิจารณาบริษัทประกันภัยในแง่ประชาชนผู้ใช้บริการ ได้แก่ ฐานะการเงินของบริษัท การจัดประกันภัยต่อ กรมธรรม์ ความคุ้มครอง เงื่อนไข การเรียกร้องค่าเสียหาย ความรวดเร็วในการบริการ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

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

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งถือเป็นจำนวนกลุ่มลูกค้านขนาดใหญ่ของบริษัท ซึ่งลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท แบ่งได้ ดังนี้

- ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	240,782	ราย	คิดเป็น	71 %
- ลูกค้าในส่วนภูมิภาค	98,560	ราย	คิดเป็น	29 %
รวม		339,342	ราย	

(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2544 : ศูนย์ออกกรมธรรม์ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน))

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

พิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น โดยสำนักวิจัยแผนกฟีนฟูเคะและซุมชนนิวยอร์ก กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 284) คำนวณจากสูตร ได้ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร เท่ากับ 240,872 ราย

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

การวิจัยครั้งนี้ให้ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับร้อยละ 5 ของค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{240782}{1 + 240782 * 0.05^2}$$

= 399.37 ราย

ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 399.37 ตัวอย่าง ซึ่งปัดเป็นจำนวนเต็ม จึงทำให้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) โดยมีลำดับ ดังนี้

1. สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานของหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งเป็นลูกค้ารายสำคัญ ของบริษัท เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล จะใช้การสุ่มตัวอย่างโดยเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 แห่ง โดยคัดเลือกจากหน่วยงานที่พนักงานทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท เรียงตามลำดับที่มีเบี้ยประกันภัยรถยนต์มากที่สุดลำดับที่ 1 – 10 (“ ศูนย์คอมพิวเตอร์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)”. 2544) ได้แก่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน ธนาคารแห่งประเทศไทย องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย การเคหะแห่งชาติ การสื่อสารแห่งประเทศไทย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย บริษัทวิทยุการบิน

2. ใช้วิธีการแบ่งโควตา (Quota sampling) ในการสุ่มตัวอย่างลูกค้าของแต่ละหน่วยงาน ทั้ง 10 หน่วยงาน จะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือ หน่วยงานละ 40 ตัวอย่าง ดังนี้

ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์แบ่งตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย	40
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	40
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	40
ธนาคารออมสิน	40
ธนาคารแห่งประเทศไทย	40
องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	40
การเคหะแห่งชาติ	40
การสื่อสารแห่งประเทศไทย	40
องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย	40
บริษัท วิทยุการบิน	40
รวม	400

3. การเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในแต่ละหน่วยงาน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและทำการหาคุณภาพของเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้

2. ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามแบบ Likert Scale จำนวน 6 ข้อ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความพึงพอใจ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจ
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
1	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่มีต่อบริษัทในการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ เพื่อให้ลูกค้าให้เสนอความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม
2. สำนวจความพึงพอใจของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์เบื้องต้น โดยการสัมภาษณ์พนักงานบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ทำประกันภัยรถยนต์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปขอรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา และความเชื่อถือได้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปหาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่างโดยการออกแบบสอบถามเบื้องต้นจำนวน 30 ชุด ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาปรับแนวทางการวิจัย และนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อจะสามารถชี้แจงข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน 2545 – 1 กรกฎาคม 2545 ในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ตัวอย่าง

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดจะนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แปลงข้อมูลและเข้ารหัส เพื่อทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยทำการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ โดยวิธีการหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ การให้คะแนนคำตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจได้ใช้มาตรฐานประมาณค่า ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
ไม่พึงพอใจ	2	คะแนน
ไม่พึงพอใจมาก	1	คะแนน

3. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ โดยการแบ่งระดับคะแนนความพึงพอใจ โดยใช้หลักการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 35-36) โดยใช้สูตร

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

แต่ละช่วงมีความหมาย ดังนี้

4.21	-	5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
3.41	-	4.20	หมายถึง	พึงพอใจมาก
2.61	-	3.40	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
1.81	-	2.60	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
1.00	-	1.80	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมาก

4. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สถิติ t – test และ F – test

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

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

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

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

- เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
- $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
- $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
- n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right]$$

- เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
- n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
- $\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
- S^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมุติฐาน

3.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ระหว่าง 2 กลุ่ม ตัวอย่าง โดยใช้ t – test เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่ม 1 (σ_1^2) กลุ่มที่ 2 (σ_2^2)

ถ้าพบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

กำหนดให้ ค่าความอิสระ (Degree of Freedom :df) = $n_1 + n_2 - 2$

ถ้าพบ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t – distribution
$\overline{x_1}, \overline{x_2}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
s_1^2, s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

กำหนดให้ค่าความอิสระ (Degree of Freedom : df) = $n - 1$

3.2 ค่าAnova (one –way Analysis of Variance) ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยใช้การเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้ F-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 236)

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

เมื่อ F	แทน	การแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน f Distribution
MS_b	แทน	ค่า mean square between-group
MS_w	แทน	ค่า mean square within- group

กำหนดให้ค่าความอิสระ (Degree of freedom : df) ระหว่างกลุ่ม = $k - 1$ ภายในกลุ่ม = $n - k$
รวมทั้งหมด = $n - 1$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมาย ดังนี้

n	แทน	จำนวนคนลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F- distribution
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t - distribution
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

ตอนที่ 5 สรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมต่อเดือนโดยวิเคราะห์ความถี่ และ ร้อยละ ดังปรากฏในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของ ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน

	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	202	50.5
1.2 หญิง	198	49.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
2.1 18 – 24 ปี	10	2.5
2.2 25 – 35 ปี	153	38.3
2.3 36 – 50 ปี	200	50.0
2.4 50 ปีขึ้นไป	37	9.2
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77	19.3
3.2 ระดับปริญญาตรี	254	63.5
3.3 สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69	17.2
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

	ความถี่	ร้อยละ
4. อาชีพ		
4.1 ข้าราชการ	21	5.3
4.2 พนักงานหน่วยงานเอกชน	109	27.2
4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	270	67.5
4.4 อื่น ๆ	0	0
รวม	400	100.0
5. รายได้รวมต่อเดือน		
5.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34	8.5
5.2 10,001 – 20,000 บาท	124	31.0
5.3 20,001 - 30,000 บาท	109	27.3
5.4 30,001 - 40,000 บาท	46	11.5
5.5 40,001 - 50,000 บาท	50	12.5
5.6 มากกว่า 50,000 บาท	37	9.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 แสดงถึงจำนวน และร้อยละของลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน ดังต่อไปนี้

1. เพศ

จากลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

2. อายุ

จากลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า มีอายุ 36 – 50 ปี มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือมีอายุ 25 – 35 ปี เท่ากับ 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป เท่ากับ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และมีอายุ 18 – 24 ปี เท่ากับ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา

จากลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่ามีระดับปริญญาตรีมากที่สุด เท่ากับ 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี เท่ากับ 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

4. อาชีพ

จากลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่ามีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด เท่ากับ 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมามีอาชีพพนักงานหน่วยงานเอกชน เท่ากับ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ข้าราชการ เท่ากับ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

5. รายได้รวมต่อเดือน

จากลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า มีรายได้ส่วนใหญ่ 10,001 – 20,000 บาท เท่ากับ 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เท่ากับ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 40,001 – 50,000 บาท เท่ากับ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 30,001 – 40,000 บาท เท่ากับ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มากกว่า 50,000 บาท เท่ากับ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เท่ากับ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยวิเคราะห์ความถี่และร้อยละดังปรากฏใน ตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

	ความถี่	ร้อยละ
1. ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท		
1.1 น้อยกว่า 1 ปี	34	8.5
1.2 1 – 2 ปี	60	15.0
1.3 มากกว่า 2 - 3 ปี	56	14.0
1.4 มากกว่า 3 - 4 ปี	47	11.8
1.5 มากกว่า 4 - 5 ปี	27	6.7
1.6 มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176	44.0
รวม	400	100.0
2. ประเภทของประกันภัยรถยนต์ที่ทำกับบริษัท ฯ		
2.1 ประเภท พ.ร.บ.	63	15.8
2.2 ประเภท 1	256	64.0
2.3 ประเภท 2	6	1.5
2.4 ประเภท 3	75	18.7
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนก ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท ฯ

จากลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำประกันภัยรถยนต์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี เท่ากับ 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา มีระยะเวลา 1 – 2 ปี เท่ากับ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 มากกว่า 2 – 3 ปี เท่ากับ 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มากกว่า 3 – 4 ปี เท่ากับ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 น้อยกว่า 1 ปีเท่ากับ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมากกว่า 4 – 5 ปี เท่ากับ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

2. ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท

จากลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่มีลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 เท่ากับ 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นประเภท 3 เท่ากับ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ประเภท พ.ร.บ. เท่ากับ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และประเภท 2 เท่ากับ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แยกเป็นโดยรวมและรายด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังปรากฏในตาราง 5 - 11

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งหมด 6 ด้าน โดยแยกเป็นโดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	3.65	0.69	มาก
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	3.64	0.60	มาก
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	3.55	0.61	มาก
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	3.50	0.59	มาก
5. ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	3.47	0.64	มาก
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	3.47	0.67	มาก
รวม	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ด้านอัตราเบี้ยประกันภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.65$) รองลงมาคือด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.64$) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ($\bar{x} = 3.55$) ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ($\bar{x} = 3.50$) ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.47$) และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.47$) ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย

ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัยมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ	3.63	0.81	มาก
2. เงื่อนไขความคุ้มครองที่ได้รับเพียงพอต่อความต้องการในการ ซื้อประกันภัย	3.67	0.76	มาก
รวม	3.65	0.69	มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เงื่อนไขความคุ้มครองที่ได้รับเพียงพอต่อความต้องการในการซื้อประกันภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.67) รองลงมาคืออัตราค่าเบี้ยประกันภัยมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ($\bar{x}$ = 3.63) ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. บริษัทฯ มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า	3.39	0.89	ปานกลาง
2. ความชัดเจนในการติดป้ายบอกส่วนงานในการให้บริการ	3.58	0.73	มาก
3. บริษัทฯ มีสถานที่ในการรับรองลูกค้าเพียงพอต่อการให้บริการ	3.57	0.78	มาก
4. พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ	3.74	0.77	มาก
5. พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า	3.80	0.79	มาก
6. พนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ	3.76	0.83	มาก
7. พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำที่ชัดเจน	3.71	0.80	มาก
8. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.61	0.88	มาก
9. พนักงานเตรียมความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.64	0.83	มาก
รวม	3.64	0.60	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 8 ข้อ คือ พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.80) รองลงมาคือพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ ($\bar{x}$ = 3.76) พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ ($\bar{x}$ = 3.74) พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำที่ชัดเจน ($\bar{x}$ = 3.71) พนักงานเตรียมความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี ($\bar{x}$ = 3.64) พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($\bar{x}$ = 3.61) ความชัดเจนในการติดป้ายบอกส่วนงานในการให้บริการ ($\bar{x}$ = 3.58) และบริษัทฯ มีสถานที่ในการรับรองลูกค้าเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x}$ = 3.57) ตามลำดับ ยกเว้นข้อ 1 สถานที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.39)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การรับแจ้งอุบัติเหตุของบริษัทฯ มีความรวดเร็ว	3.41	0.89	มาก
2. บริษัทฯ มีพนักงานรับแจ้งตลอด 24 ชม. เป็นการให้บริการที่ดี	3.72	0.76	มาก
3. ความชัดเจนในการตอบข้อซักถามของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุ	3.51	0.73	มาก
4. พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุให้คำแนะนำวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้ชัดเจน	3.45	0.81	มาก
5. พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุให้วาจาที่มีความสุภาพดี	3.67	0.67	มาก
รวม	3.55	0.61	มาก

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ คือ บริษัทฯ มีพนักงานรับแจ้งตลอด 24 ชม. เป็นการให้บริการที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.72) รองลงมาคือพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุให้วาจาที่มีความสุภาพดี ($\bar{x}$ = 3.67) ความชัดเจนในการตอบข้อซักถามของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุ ($\bar{x}$ = 3.51) พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุให้คำแนะนำวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้ชัดเจน ($\bar{x}$ = 3.45) และการรับแจ้งอุบัติเหตุของบริษัทฯ มีความรวดเร็ว ($\bar{x}$ = 3.41) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุของบริษัทฯ ไปถึงที่เกิดเหตุด้วยความรวดเร็ว	3.22	0.97	ปานกลาง
2. เมื่อพนักงานสำรวจอุบัติเหตุไปถึงที่เกิดเหตุได้แนะนำตัวและแสดงหลักฐานให้ลูกค้ารู้จักก่อนเริ่มปฏิบัติงาน	3.53	0.73	มาก
3. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีความสุภาพดี	3.54	0.73	มาก
4. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดี	3.57	0.72	มาก
5. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุเป็นตัวแทนเจรจาต่อรองกับคู่กรณีเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	3.52	0.74	มาก
6. ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานสำรวจอุบัติเหตุ	3.56	0.66	มาก
7. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี	3.51	0.69	มาก
8. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี	3.52	0.74	มาก
รวม	3.50	0.59	มาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 7 ข้อ คือ พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.57$) รองลงมาคือ ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานสำรวจอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 3.56$) พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีความสุภาพดี ($\bar{x} = 3.54$) เมื่อพนักงานสำรวจอุบัติเหตุไปถึงที่เกิดเหตุได้แนะนำตัวและแสดงหลักฐานให้ลูกค้ารู้จักก่อนเริ่มปฏิบัติงาน ($\bar{x} = 3.53$) พนักงานสำรวจอุบัติเหตุเป็นตัวแทนเจรจาต่อรองกับคู่กรณีเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ให้กับลูกค้า ($\bar{x} = 3.52$) พนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{x} = 3.52$) และพนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{x} = 3.51$) ตามลำดับ ยกเว้นข้อ 1 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุของบริษัทฯ ไปถึงที่เกิดเหตุด้วยความรวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. บริษัทฯ มีจำนวนอู่ที่ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ	3.57	0.81	มาก
2. สถานที่ตั้งของอู่ที่ให้บริการทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการ	3.58	0.77	มาก
3. คุณภาพของงานที่ออกจากอู่ในเครือของบริษัทฯ มีคุณภาพดี	3.39	0.84	ปานกลาง
4. อู่ในเครือของบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินภายในรถของลูกค้า	3.53	0.77	มาก
5. อู่ในเครือของบริษัทฯ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการซ่อมรถยนต์	3.54	0.70	มาก
6. อู่ในเครือของบริษัทฯ มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.34	0.85	ปานกลาง
7. อู่ในเครือของบริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาในการซ่อมรถยนต์	3.31	0.89	ปานกลาง
รวม	3.47	0.64	มาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ สถานที่ตั้งของอู่ที่ให้บริการทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.58$) รองลงมาคือบริษัทฯ มีจำนวนอู่ที่ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 3.57$) อู่ในเครือของบริษัทฯ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการซ่อมรถยนต์ ($\bar{x} = 3.54$) และอู่ในเครือของบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินภายในรถของลูกค้า ($\bar{x} = 3.53$) ตามลำดับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือคุณภาพของงานที่ออกจากอู่ในเครือของบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.39$) อู่ในเครือของบริษัทฯ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.34$) และอู่ในเครือของบริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาในการซ่อมรถยนต์ ($\bar{x} = 3.31$) ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. บริษัทฯ จ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.44	0.80	มาก
2. บริษัทฯ มีความยุติธรรมในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้า	3.43	0.79	มาก
3. บริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้ตามที่ได้นัดหมาย	3.50	0.75	มาก
4. บริษัทฯ อำนวยความสะดวกในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี	3.49	0.72	มาก
5. พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำในเรื่องการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี	3.50	0.77	มาก
รวม	3.47	0.67	มาก

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ คือ บริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้ตามที่ได้นัดหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.50) รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำในเรื่องการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ = 3.50) บริษัทฯ อำนวยความสะดวกในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ = 3.49) บริษัทฯ จ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 3.44) และบริษัทฯ มีความยุติธรรมในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับลูกค้า ($\bar{X}$ = 3.43) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ

4.1 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ เป็นการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1 เพศของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติ t – test สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

- H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 12

ตาราง 12 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	ชาย = 202 คน		หญิง = 198 คน		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	3.72	0.64	3.58	0.73	2.06*	0.040
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	3.76	0.55	3.53	0.62	3.97**	0.000
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	3.65	0.56	3.45	0.65	3.30**	0.001
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	3.61	0.52	3.38	0.64	4.00**	0.000
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	3.52	0.62	3.41	0.65	1.60	0.111
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	3.56	0.63	3.38	0.71	2.73**	0.007
รวม	3.63	0.45	3.44	0.49	4.05**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$ และ 3.44) ตามลำดับ และพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า Probability น้อยกว่า 0.01 ซึ่งได้เท่ากับ 0.000 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทั้ง 5 ด้านดังกล่าวเพศชายมีระดับความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง สำหรับด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามอายุ เป็นการทดสอบสมมุติฐาน ข้อ 2 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (F - test) สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 13 - 14

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	18-24	10.00	3.90	0.32	มาก
	25-35	153.00	3.62	0.72	มาก
	36-50	200.00	3.66	0.68	มาก
	50 up	37.00	3.68	0.72	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	18-24	10.00	3.93	0.51	มาก
	25-35	153.00	3.55	0.61	มาก
	36-50	200.00	3.69	0.57	มาก
	50 up	37.00	3.69	0.65	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	18-24	10.00	3.64	0.84	มาก
	25-35	153.00	3.53	0.61	มาก
	36-50	200.00	3.52	0.63	มาก
	50 up	37.00	3.78	0.47	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก
ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	18-24	10.00	3.58	0.48	มาก
	25-35	153.00	3.45	0.59	มาก
	36-50	200.00	3.50	0.60	มาก
	50 up	37.00	3.68	0.58	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก
ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือ	18-24	10.00	3.54	0.94	มาก
	25-35	153.00	3.44	0.65	มาก
	36-50	200.00	3.45	0.63	มาก
	50 up	37.00	3.61	0.49	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก

ตาราง 13 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	18-24	10.00	3.72	0.80	มาก
	25-35	153.00	3.42	0.70	มาก
	36-50	200.00	3.48	0.68	มาก
	50 up	37.00	3.53	0.52	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	18-24	10.00	3.71	0.59	มาก
	25-35	153.00	3.49	0.47	มาก
	36-50	200.00	3.55	0.49	มาก
	50 up	37.00	3.66	0.40	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 13 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมที่มีอายุระหว่าง 18 – 24 มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$) รองลงมาที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ($\bar{x} = 3.66$) อายุ 36 – 50 ปี ($\bar{x} = 3.55$) และอายุ 25 – 35 ปี ($\bar{x} = 3.49$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.90$) รองลงมาที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ($\bar{x} = 3.68$) อายุ 36 – 50 ปี ($\bar{x} = 3.66$) และอายุ 25 – 35 ปี ($\bar{x} = 3.62$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมาที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ($\bar{x} = 3.69$) อายุ 36 – 50 ปี ($\bar{x} = 3.69$) และอายุ 25 – 35 ปี ($\bar{x} = 3.55$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.78$) รองลงมาที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ($\bar{x} = 3.64$) อายุ 25 – 35 ปี ($\bar{x} = 3.53$) และอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ($\bar{X} = 3.58$) อายุ 36 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.50$) และอายุ 25 - 35 ปี ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการของตู้ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.61$) รองลงมาที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ($\bar{X} = 3.54$) อายุ 36 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.45$) และอายุ 25 - 35 ปี ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ ทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.53$) อายุ 36 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.48$) และอายุ 25 - 35 ปี ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ

ตาราง 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.84	0.28	0.58	0.63
	ภายในกลุ่ม	396	189.86	0.48		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.63	0.88	2.48	0.06
	ภายในกลุ่ม	396	139.90	0.35		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.19	0.73	1.94	0.12
	ภายในกลุ่ม	396	148.65	0.38		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.59	0.53	1.52	0.21
	ภายในกลุ่ม	396	138.25	0.35		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.99	0.33	0.82	0.49
	ภายในกลุ่ม	396	160.20	0.41		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.10	0.37	0.81	0.49
	ภายในกลุ่ม	396	180.32	0.46		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.18	0.39	1.71	0.16
	ภายในกลุ่ม	396	90.93	0.23		
	รวม	399	92.11			

จากตาราง 14 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งได้เท่ากับ 0.16 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันโดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว(F – test) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

- H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 15 - 16

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.75	0.66	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.68	0.68	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.45	0.73	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อ กับบริษัทฯ	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.83	0.61	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.62	0.57	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.52	0.64	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.69	0.57	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.53	0.62	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.50	0.62	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก
ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.63	0.56	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.47	0.59	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.43	0.61	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก

ตาราง 15 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือ	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.61	0.58	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.44	0.63	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.39	0.68	ปานกลาง
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก
ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.62	0.61	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.45	0.68	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.37	0.70	ปานกลาง
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	77.00	3.69	0.45	มาก
	ระดับปริญญาตรี	254.00	3.52	0.48	มาก
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	69.00	3.45	0.49	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 15 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$) รองลงมาได้แก่ระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.52$) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.75$) รองลงมา คือผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.68$) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.83$) รองลงมา คือผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.62$) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.69$) รองลงมา คือผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.53$) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.50$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.63$) รองลงมา คือผู้ที่มีระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.47$) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.43$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.61$) รองลงมาคือผู้ที่มีระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.44$) ตามลำดับ และสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$)

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท ฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.62$) รองลงมาคือผู้ที่มีระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ และสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$)

ตาราง 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	3.71	1.86	3.94*	0.020
	ภายในกลุ่ม	397	186.98	0.47		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.82	1.91	5.46**	0.005
	ภายในกลุ่ม	397	138.71	0.35		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.75	0.87	2.33	0.099
	ภายในกลุ่ม	397	149.09	0.38		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.79	0.89	2.57	0.078
	ภายในกลุ่ม	397	138.05	0.35		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.24	1.12	2.80	0.062
	ภายในกลุ่ม	397	158.95	0.40		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.34	1.17	2.59	0.076
	ภายในกลุ่ม	397	179.09	0.45		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.38	1.19	5.27**	0.006
	ภายในกลุ่ม	397	89.73	0.23		
	รวม	399	92.11			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.01 ซึ่งได้เท่ากับ 0.006 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านอัตราเบี้ยประกันภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี แอลเอสดี (LSD) ดังแสดงผลในตาราง 17 - 19

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้านเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.69	3.52	3.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.69	-	0.17* (.007)	0.24* (.002)
ปริญญาตรี	3.52			0.07
สูงกว่าปริญญาตรี	3.45			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับ การศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ โดยรวม มากกว่าลูกค้าที่มี การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านอัตราเบี้ยประกันภัยเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.75	3.68	3.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.75	-	0.07	0.30* (.009)
ปริญญาตรี	3.68			0.23* (.014)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.45			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับ การศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย มากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย มากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.83	3.62	3.52
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.83	-	0.21 * (.008)	0.31* (.002)
ปริญญาตรี	3.62			0.10
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ มากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ เป็นการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 4 ลูกค้าที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (F – test) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

- H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน
 - H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
- ดังปรากฏในตารางที่ 20

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	ข้าราชการ	21.00	3.67	0.71	มาก
	เอกชน	109.00	3.78	0.63	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.60	0.71	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	ข้าราชการ	21.00	3.60	0.64	มาก
	เอกชน	109.00	3.64	0.59	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.65	0.60	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ข้าราชการ	21.00	3.64	0.36	มาก
	เอกชน	109.00	3.51	0.61	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.56	0.63	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก
ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ข้าราชการ	21.00	3.48	0.56	มาก
	เอกชน	109.00	3.46	0.61	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.51	0.59	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก
ด้านการให้บริการของอยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือ บริษัทฯ	ข้าราชการ	21.00	3.67	0.48	มาก
	เอกชน	109.00	3.56	0.63	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.41	0.64	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก
ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ข้าราชการ	21.00	3.53	0.47	มาก
	เอกชน	109.00	3.57	0.71	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.43	0.67	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	ข้าราชการ	21.00	3.59	0.40	มาก
	เอกชน	109.00	3.56	0.46	มาก
	รัฐวิสาหกิจ	270.00	3.53	0.49	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 20 ลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพต่างกันโดยรวม พบว่าลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมามีอาชีพพนักงานเอกชน ($\bar{X} = 3.56$) และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่

ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 3.67$) และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมา คือผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ($\bar{X} = 3.64$) และอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพข้าราชการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมา คือผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.56$) และอาชีพพนักงานเอกชน ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.51$) รองลงมา คือผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 3.48$) และอาชีพพนักงานเอกชน ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพข้าราชการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.67$) รองลงมา คือผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ($\bar{X} = 3.56$) และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.57$) รองลงมา คือผู้ที่มีอาชีพพนักงานข้าราชการ ($\bar{X} = 3.53$) และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

ตาราง 21 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	2.34	1.17	2.46	0.086
	ภายในกลุ่ม	397	186.36	0.47		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.04	0.02	0.06	0.945
	ภายในกลุ่ม	397	142.49	0.36		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.35	0.18	0.46	0.630
	ภายในกลุ่ม	397	150.48	.38		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.17	0.08	0.24	0.789
	ภายในกลุ่ม	397	139.67	0.35		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.56	1.28	3.20*	0.042
	ภายในกลุ่ม	397	158.64	0.40		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.60	0.80	1.76	0.173
	ภายในกลุ่ม	397	179.82	0.45		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.16	0.08	0.35	0.704
	ภายในกลุ่ม	397	91.94	0.23		
	รวม	399	92.11			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งได้เท่ากับ 0.704 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี แอลเอสดี (LSD) ดังแสดงผลในตาราง 21

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ข้าราชการ	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
	$\bar{X}$	3.67	3.56	3.41
ข้าราชการ	3.67	-	0.11	0.25
พนักงานหน่วยงานเอกชน	3.56			0.15* (.042)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพ พนักงานหน่วยงานเอกชน มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามรายได้ เป็นการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 5 ลูกค้าที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (F – test) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

- H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน
 - H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
- ดังปรากฏในตารางที่ 23

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท
ทิตยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ ทำประกันภัยรถยนต์	รายได้	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.69	0.51	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.54	0.79	มาก
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.73	0.69	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.75	0.59	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.64	0.63	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.68	0.69	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการ เข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.79	0.63	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.54	0.58	มาก
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.62	0.60	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.77	0.72	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.70	0.48	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.69	0.57	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้ง อุบัติเหตุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.86	0.63	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.39	0.65	ปานกลาง
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.57	0.59	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.62	0.57	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.55	0.58	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.70	0.53	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก

ตาราง 23 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ท่า ประกันภัยรถยนต์	รายได้	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการในการ สำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.66	0.54	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.30	0.58	ปานกลาง
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.58	0.57	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.58	0.55	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.47	0.67	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.68	0.52	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก
ด้านการให้บริการของอยู่ซ่อม รถยนต์ในเครือ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.63	0.58	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.41	0.62	มาก
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.51	0.70	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.49	0.53	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.43	0.69	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.40	0.57	ปานกลาง
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก
ด้านการให้บริการในการจ่าย ค่าสินไหมทดแทน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.66	0.65	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.48	0.66	มาก
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.40	0.71	ปานกลาง
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.51	0.57	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.39	0.77	ปานกลาง
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.54	0.61	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34.00	3.72	0.50	มาก
	10,001 – 20,000 บาท	124.00	3.43	0.46	มาก
	20,001 – 30,000 บาท	109.00	3.56	0.49	มาก
	30,001 – 40,000 บาท	46.00	3.61	0.46	มาก
	40,001 – 50,000 บาท	50.00	3.53	0.51	มาก
	มากกว่า 50,000 บาท	37.00	3.61	0.43	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 22 ลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้ต่างกันพบว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) รองลงมาคือผู้มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.61$) รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.56$) รายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.53$) และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 3.43$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย มีความพึงพอใจในระดับมากทุกระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.75$) รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.73$) รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ($\bar{x} = 3.69$) รายได้ มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.68$) รายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.64$) และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 3.54$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ มีความพึงพอใจในระดับมากทุกระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.79$) รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{x} = 3.77$) รายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.70$) รายได้ มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.69$) รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.62$) และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 3.54$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ มีความพึงพอใจในระดับมาก 5 ระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.86$) รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.70$) รายได้ 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{x} = 3.62$) รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.57$) และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.55$) ตามลำดับ สำหรับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$)

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ มีความพึงพอใจในระดับมาก 5 ระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.68$) รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ($\bar{x} = 3.66$) รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.58$) รายได้ 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{x} = 3.58$) และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.47$) ตามลำดับ สำหรับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$)

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก 5 ระดับรายได้ โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.63$) รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x} = 3.51$) รายได้ 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{x} = 3.49$) รายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{x} = 3.43$) และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 3.41$) ตามลำดับ สำหรับรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$)

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก 4 ระดับรายได้ โดยผู้มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.54$) รายได้ 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.51$) รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ระดับรายได้ คือผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.40$) และ รายได้ 40,001 – 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

ตาราง 24 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	2.83	0.57	1.19	0.314
	ภายในกลุ่ม	394	187.86	0.48		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.05	0.61	1.72	0.128
	ภายในกลุ่ม	394	139.48	0.35		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.59	1.52	4.18**	0.001
	ภายในกลุ่ม	394	143.25	0.36		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	5	8.08	1.62	4.84**	0.000
	ภายในกลุ่ม	394	131.76	0.33		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.76	0.35	0.87	0.501
	ภายในกลุ่ม	394	159.43	0.41		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.36	0.47	1.04	0.394
	ภายในกลุ่ม	394	179.06	0.45		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	3.02	0.60	2.67*	0.022
	ภายในกลุ่ม	394	89.09	0.23		
	รวม	399	92.11			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งได้เท่ากับ 0.022 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง(H_1) หมายความว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ และด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี แอลเอสดี (LSD) ดังแสดงผลในตาราง 25 - 27

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้านเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
	$\bar{X}$	3.72	3.43	3.56	3.61	3.53	3.61
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.72		0.29* (.002)				
10,001-20,000 บาท	3.43			0.13 * (.039)	0.18 * (.026)	0.10	0.18 *
20,001-30,000 บาท	3.56				0.05	0.03	0.05
30,001-40,000 บาท	3.61					0.08	0.00
40,001-50,000 บาท	3.53						0.08
มากกว่า 50,000 บาท	3.61						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ โดยรวมทุกด้าน มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ โดยรวมทุกด้าน น้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่า คะแนนเฉลี่ย	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
	$\bar{X}$	3.86	3.39	3.57	3.62	3.55	3.70
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.86		0.47 * (.000)	0.29 * (.016)	0.24 (.021)	0.31 * (.021)	0.16
10,001-20,000 บาท	3.39			0.18 * (.021)	0.23 * (.029)	0.16	0.31 * (.006)
20,001-30,000 บาท	3.57				0.04	0.02	0.13
30,001-40,000 บาท	3.62					0.07	0.09
40,001-50,000 บาท	3.55						0.15
มากกว่า 50,000 บาท	3.70						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 40,001- 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ น้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ของบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่า คะแนนเฉลี่ย	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
	$\bar{X}$	3.66	3.30	3.58	3.58	3.47	3.68
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.66		0.36 * (.001)	0.08	0.07	0.19	0.02
10,001-20,000 บาท	3.30			0.28 * (.000)	0.28 * (.005)	0.17	0.38 * (.001)
20,001-30,000 บาท	3.58				0.00	0.11	0.09
30,001-40,000 บาท	3.58					0.11	0.09
40,001-50,000 บาท	3.47						0.20
มากกว่า 50,000 บาท	3.68						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ น้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อ 6 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (F – test) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 28

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ระยะเวลาในการทำประกันภัย	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.57	0.60	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.83	0.62	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.71	0.62	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.59	0.75	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.63	0.60	มาก
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.61	0.75	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัท	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.72	0.60	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.82	0.64	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.50	0.54	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.66	0.64	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.43	0.71	มาก
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.64	0.56	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.66	0.49	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.66	0.58	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.46	0.60	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.54	0.65	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.44	0.73	มาก
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.55	0.62	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก

ตาราง 28 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย รถยนต์	ระยะเวลาในการทำ ประกันภัย	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.57	0.46	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.59	0.46	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.43	0.51	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.54	0.66	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.28	0.71	ปานกลาง
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.49	0.64	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก
ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือ	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.63	0.38	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.61	0.67	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.49	0.65	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.36	0.68	ปานกลาง
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.46	0.65	มาก
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.40	0.64	ปานกลาง
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก
ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหม	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.49	0.52	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.52	0.64	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.48	0.65	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.51	0.74	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.27	0.64	ปานกลาง
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.47	0.71	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	น้อยกว่า 1 ปี	34.00	3.62	0.37	มาก
	1 - 2 ปี	60.00	3.66	0.47	มาก
	มากกว่า 2 - 3 ปี	56.00	3.49	0.45	มาก
	มากกว่า 3 - 4 ปี	47.00	3.54	0.58	มาก
	มากกว่า 4 - 5 ปี	27.00	3.39	0.50	ปานกลาง
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	176.00	3.52	0.48	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 28 ลูกค้ำที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ต่างกัน พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก 5 ระยะ โดยระยะเวลา 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมา มีระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี ($\bar{X} = 3.62$) ระยะเวลา มากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.54$) ระยะเวลา มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.52$) และระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ สำหรับระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยระยะเวลา 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ ระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.71$) ระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี ($\bar{X} = 3.63$) ระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.61$) ระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.59$) และน้อยกว่า 1 ปี ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยระยะเวลา 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมา คือ ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ($\bar{X} = 3.72$) ระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.66$) ระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.64$) ระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.50$) และระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมา คือ ระยะเวลา 1 – 2 ปี ($\bar{X} = 3.66$) ระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.55$) ระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.54$) ระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.46$) และระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ โดยระยะเวลา 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมา คือระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ($\bar{X} = 3.57$) ระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.54$) ระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.49$) และระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ สำหรับระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$)

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ โดยระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา คือ ระยะเวลา 1 – 2 ปี ($\bar{X} = 3.61$) ระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.49$) และระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.40$) และระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.36$) และตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ โดยระยะเวลา 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมา คือ ระยะเวลามากกว่า 3 – 4 ปี ($\bar{X} = 3.51$) ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ($\bar{X} = 3.49$) ระยะเวลามากกว่า 2 – 3 ปี ($\bar{X} = 3.48$) และระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ สำหรับระยะเวลามากกว่า 4 – 5 ปี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$)

ตาราง 29 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	2.86	0.57	1.20	0.306
	ภายในกลุ่ม	394	187.83	0.48		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	5	4.46	0.89	2.54*	0.028
	ภายในกลุ่ม	394	138.08	0.35		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.87	0.38	0.99	0.423
	ภายในกลุ่ม	394	148.96	0.38		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	5	2.30	0.46	1.32	0.255
	ภายในกลุ่ม	394	137.54	0.35		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	5	3.43	0.69	1.71	0.130
	ภายในกลุ่ม	394	157.76	0.40		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	5	1.35	0.27	0.59	0.706
	ภายในกลุ่ม	394	180.07	0.46		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.96	0.39	1.71	0.131
	ภายในกลุ่ม	394	90.15	0.23		
	รวม	399	92.11			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งได้เท่ากับ 0.131 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี (LSD) ดังแสดงผลในตาราง 30

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์

ระยะเวลาในการทำประกันภัย	ค่าคะแนนเฉลี่ย $\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	มากกว่า 2 - 3 ปี	มากกว่า 3 - 4 ปี	มากกว่า 4 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
		3.72	3.82	3.50	3.66	3.43	3.64
น้อยกว่า 1 ปี	3.72		0.09	0.23	0.06	0.29	0.08
1 - 2 ปี	3.82			0.32 *	0.15	0.38 *	0.17 *
				(.004)		(.005)	(.049)
มากกว่า 2 - 3 ปี	3.50				0.17	0.06	0.15
มากกว่า 3 - 4 ปี	3.66					0.23	0.02
มากกว่า 4 - 5 ปี	3.43						0.21
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	3.64						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ 1 - 2 ปี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์มากกว่า 2 - 3 ปี มากกว่า 4 - 5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อ 7 ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (F – test) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

- H_0 : ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ดังปรากฏในตารางที่ 31

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทในการทำประกันภัยรถยนต์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์	ประเภท	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย	พ.ร.บ.	63.00	3.75	0.61	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.68	0.68	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.58	1.32	มาก
	ประเภท 3	75.00	3.49	0.71	มาก
	รวม	400.00	3.65	0.69	มาก
ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ	พ.ร.บ.	63.00	3.73	0.53	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.62	0.57	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.54	0.54	มาก
	ประเภท 3	75.00	3.65	0.73	มาก
	รวม	400.00	3.64	0.60	มาก
ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	พ.ร.บ.	63.00	3.52	0.61	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.54	0.62	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.63	0.51	มาก
	ประเภท 3	75.00	3.62	0.61	มาก
	รวม	400.00	3.55	0.61	มาก

ตาราง 31 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกัน ภัยรถยนต์	ประเภท	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุ รถยนต์	พ.ร.บ.	63.00	3.54	0.47	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.48	0.60	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.56	0.40	มาก
	ประเภท 3	75.00	3.51	0.67	มาก
	รวม	400.00	3.50	0.59	มาก
ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ใน เครือ	พ.ร.บ.	63.00	3.42	0.58	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.50	0.65	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.36	0.66	ปานกลาง
	ประเภท 3	75.00	3.39	0.63	ปานกลาง
	รวม	400.00	3.47	0.64	มาก
ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทด แทน	พ.ร.บ.	63.00	3.51	0.58	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.46	0.67	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.17	0.92	ปานกลาง
	ประเภท 3	75.00	3.49	0.75	มาก
	รวม	400.00	3.47	0.67	มาก
รวมทุกด้าน	พ.ร.บ.	63.00	3.57	0.42	มาก
	ประเภท 1	256.00	3.54	0.46	มาก
	ประเภท 2	6.00	3.47	0.53	มาก
	ประเภท 3	75.00	3.53	0.58	มาก
	รวม	400.00	3.54	0.48	มาก

จากตาราง 31 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีประเภทใน
การทำประกันภัยรถยนต์ต่างกัน โดยรวมพบว่า ประเภท พ.ร.บ. มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}$ = 3.57) รองลงมาเป็นประเภท 1 ($\bar{X}$ = 3.54) ประเภท 3 ($\bar{X}$ = 3.53) และประเภท 2 ($\bar{X}$ = 3.47)
ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ดังนี้

ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยประเภท พ.ร.บ. มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือประเภท 1 ($\bar{X} = 3.68$) ประเภท 2 ($\bar{X} = 3.58$) และประเภท 3 ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยประเภท พ.ร.บ. มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาคือประเภท 3 ($\bar{X} = 3.65$) ประเภท 1 ($\bar{X} = 3.62$) และประเภท 2 ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยประเภท 2 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมาคือประเภท 3 ($\bar{X} = 3.62$) ประเภท 1 ($\bar{X} = 3.54$) และประเภท พ.ร.บ. ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยประเภท 2 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือประเภท พ.ร.บ. ($\bar{X} = 3.54$) ประเภท 3 ($\bar{X} = 3.51$) และประเภท 1 ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยประเภท 1 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมาคือประเภท พ.ร.บ. ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ประเภท 3 ($\bar{X} = 3.39$) และประเภท 2 ($\bar{X} = 3.36$) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยประเภท พ.ร.บ. มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.51$) รองลงมาคือประเภท 3 ($\bar{X} = 3.49$) และประเภท 1 ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ สำหรับประเภท 2 อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) ตามลำดับ

ตาราง 32 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	F-prob.
1. ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย	ระหว่างกลุ่ม	3	2.83	0.94	1.99	0.115
	ภายในกลุ่ม	396	187.87	0.47		
	รวม	399	190.70			
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3	0.68	0.23	0.63	0.597
	ภายในกลุ่ม	396	141.85	0.36		
	รวม	399	142.53			
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.43	0.14	0.38	0.768
	ภายในกลุ่ม	396	150.40	.038		
	รวม	399	150.83			
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.18	0.06	0.17	0.917
	ภายในกลุ่ม	396	139.66	0.35		
	รวม	399	139.84			
5. ด้านการให้บริการของอยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3	0.89	0.30	0.73	0.533
	ภายในกลุ่ม	396	160.31	0.41		
	รวม	399	161.19			
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3	0.72	0.24	0.52	0.666
	ภายในกลุ่ม	396	180.71	0.46		
	รวม	399	181.42			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.09	0.03	0.12	0.947
	ภายในกลุ่ม	396	92.02	0.23		
	รวม	399	92.11			

จากตาราง 32 แสดงว่าประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งได้เท่ากับ 0.947 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 สรุปปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบปัญหา จากการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด และจากแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบเสนอข้อเสนอนี้ ๆ จากการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด รายละเอียดปรากฏในตาราง 33 - 34

ตาราง 33 ปัญหาที่พบจากการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ปัญหา	ความถี่
1. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุเดินทางมาถึงที่เกิดเหตุล่าช้า	25
2. การพูดจาของพนักงานไม่ดี	11
3. พนักงานสำรวจอุบัติเหตุของบริษัทไม่เป็นผู้ช่วยเหลือ หรือให้คำแนะนำเพื่อผลประโยชน์ของลูกค้า	7
4. ปริมาณอยู่ในเครื่องมือมีน้อย ไม่ได้มาตรฐาน	3
5. การจ่ายค่าสินไหมของบริษัทล่าช้ามาก	3
6. ความไม่ยุติธรรมในการพิจารณาค่าสินไหมรถยนต์	3
7. ลูกค้าชำระเงินแล้ว บริษัทยังโทรทวงเงินเบี้ยประกันภัย	2
8. อยู่ในเครื่องมือตรงต่อเวลาในการให้บริการ	2
9. อยู่ในเครื่องมือไม่ซื่อสัตย์	2
10. ใบเสร็จรับเงินลูกค้าต้องติดตามทวงถามมาเองไม่จัดส่งให้ลูกค้า	1
11. ลูกค้าชำระค่าเบี้ยประกันภัยด้วยบัตรเครดิตได้ที่สำนักงานใหญ่ที่เดียว ไม่สะดวก	1
12. คิดเงินค่าเบี้ยประกันภัยลูกค้าผิด	1
13. การให้บริการชำระเบี้ยประกันภัยช้ามาก	1
14. บริการต่อประกันภัยยังไม่ดี	1
15. มีความผิดพลาดของกรมธรรม์(ไม่ได้ระบุซ่อมห้าง)	1
16. ความกระตือรือร้นของพนักงานน้อยเกินไป	1
17. ให้บริการตามหน่วยงานน้อยเกินไป	1
รวม	66

จากตาราง 33 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบปัญหาจากการให้บริการประกันภัยรถยนต์ จำนวนรวม 56 คน โดยมีข้อที่มีความถี่สูงสุด คือข้อที่ว่าพนักงานสำรวจอุบัติเหตุเดินทางมาถึงที่

เกิดเหตุล่าช้าจำนวน 25 คน รองลงมาคือข้อที่ว่าการพูดจาของพนักงานไม่ดี จำนวน 11 คน พนักงานสำรวจ
อุบัติเหตุของบริษัทไม่เป็นผู้ช่วยเหลือ หรือให้คำแนะนำเพื่อผลประโยชน์ของลูกค้า จำนวน 7 คน ปริมาณอยู่ใน
เครื่องมือไม่ได้อาตรฐาน จำนวน 3 คน การจ่ายค่าสินไหมของบริษัทล่าช้ามาก จำนวน 3 คน ความไม่ยุติ
ธรรมในการพิจารณาค่าสินไหมรถยนต์ จำนวน 3 คน ลูกค้าชำระเงินแล้ว บริษัทยังโทรทวงเงินเบี้ยประกันภัย
จำนวน 2 คน อยู่ในเครื่องมือตรงต่อเวลาในการให้บริการ จำนวน 2 คน อยู่ในเครื่องมือซื่อสัตย์ จำนวน 2 คน ส่วน
ข้ออื่น ๆ ข้อละ 1 คน ได้แก่ ใบเสร็จรับเงินลูกค้าต้องติดตามทวงถามมาเองไม่จัดส่งให้ลูกค้า ลูกค้าชำระค่าเบี้ย
ประกันภัยด้วยบัตรเครดิตได้ที่สำนักงานใหญ่ทีเดียวไม่สะดวก คิดเงินค่าเบี้ยประกันภัยลูกค้าผิด การให้บริการ
ชำระเบี้ยประกันภัยช้ามาก บริการต่อประกันภัยยังไม่ดี มีความผิดพลาดของกรมธรรม์ (ไม่ได้ระบุซ่อมหาง)
ความกระตือรือร้นของพนักงานน้อยเกินไป และให้บริการตามหน่วยงานน้อยเกินไป

ตาราง 34 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการใช้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. เบี้ยประกันภัยแพง ควรลดราคา	9
2. ควรมีการให้บริการสินไหมที่รวดเร็ว หรือมีจุดรับแจ้งเหตุมากกว่านี้	7
3. ลูกค้าประวัติดีควรมีส่วนลดมากกว่านี้	4
4. บริษัทควรมีการควบคุมอยู่ในเครื่องมือให้มีความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลา	3
5. ควรแนะนำความคุ้มครองหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าอะไรที่ให้ผลประโยชน์ สูงสุดกับลูกค้า	3
5. เมื่อพนักงานสินไหมมาถึงที่เกิดเหตุ ควรทำหน้าที่แทนเจ้าของ	2
7. ควรเพิ่มวงเงินประกันภัยให้มากขึ้น	2
7. การให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรผู้มีหน้าที่ลาหยุด ลูกค้าต้องมาติดต่อใหม่สัปดาห์หน้า	1
8. ควรตรวจสอบหรือมีมาตรฐานในการตีราคาค่าสินไหมทดแทน เพราะในปัจจุบัน บริษัทจ่ายค่าสินไหมในราคาที่ต่ำ	1
9. ควรมีอยู่ในการให้บริการมากกว่านี้	1
10. ควรปรับเปลี่ยนเงื่อนไขเกี่ยวกับการซ่อมรถให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น หรือ กรณีอะไหล่บางตัวไม่สามารถหาซื้อได้ น่าจะอนุโลมให้ใช้อะไหล่หางได้	1
11. การประกันภัยประเภท 1 ระหว่างซ่อมรถ ควรมีรถสำรองให้ลูกค้าใช้	1
13. ควรมีการทำงานทดแทนกันกรณีไม่อยู่หรือช่วงพักกลางวัน	1
รวม	36

จากตาราง 34 แสดงว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ให้ข้อเสนอแนะจากการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ จำนวนรวม 36 คน โดยข้อเสนอแนะที่มีความถี่สูงสุด คือข้อที่ว่า เบี้ยประกันภัยแพง ควร ลดราคา จำนวน 9 คน รองลงมา คือข้อที่ว่า ควรมีการให้บริการสินไหมที่รวดเร็ว หรือมีจุดรับแจ้งเหตุมากกว่า จำนวน 7 คน ลูกค้าประวัติดีควรมีส่วนลดมากกว่านี้ จำนวน 4 คน บริษัทควรมีการควบคุมอยู่ในเครือให้มีความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลา จำนวน 3 คน ควรแนะนำความคุ้มครองหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าอะไรที่ให้ผลประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า จำนวน 3 คน เมื่อพนักงานสินไหมมาถึงที่เกิดเหตุ ควรทำหน้าที่แทนเจ้าของ จำนวน 2 คน ควรเพิ่มวงเงินประกันภัยให้มากขึ้น จำนวน 2 คน สำหรับข้ออื่น ๆ ข้อละ 1 คน ได้แก่ การให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรผู้มีหน้าที่ลาหยุดลูกค้าต้องมาติดต่อใหม่สัปดาห์หน้า ควรตรวจสอบหรือมีมาตรฐานในการตีราคาค่าสินไหมทดแทน เพราะในปัจจุบันบริษัทจ่ายค่าสินไหมในราคาต่ำ ควรมีอยู่ในการให้บริการมากกว่านี้ ควรปรับเปลี่ยนเงื่อนไขเกี่ยวกับการซ่อมรถให้คู่กรณีมีทางเลือกมากขึ้น หรือกรณีอะไหล่บางตัวไม่สามารถหาซื้อได้น่าจะอนุโลมให้ใช้อะไหล่หางได้ การประกันภัยประเภท 1 ระหว่างซ่อมรถ ควรมีรถสำรองให้ลูกค้าใช้ และควรมีการทำงานทดแทนกันกรณีไม่อยู่หรือช่วงพักกลางวัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัยดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทฯ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการรับประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ และสามารถนำไปปรับปรุงการให้บริการ เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ของบริษัทฯ และใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
6. ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน
7. ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ที่แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

พิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น โดยสำนักวิจัยแผนกฟีนฟูเคะและชุมชนนิวยอร์ก กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 284)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้เป็นพนักงานของหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งเป็นลูกค้ารายสำคัญของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ดังนี้

2.1 การสุ่มตัวอย่างโดยเจาะจง (Purposive Sampling) หน่วยงานที่พนักงานทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ เรียงลำดับที่มีเบี้ยประกันภัยมากลำดับที่ 1 – 10

2.2 การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแบ่งโควตา (Quota Sampling) คำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากพนักงานที่สุ่มได้ในขั้นที่ 1

2.3 การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนตัวอย่างที่ได้ในขั้นที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ.

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามแบบ Likert Scale จำนวน 6 ด้าน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อบริษัทในการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ เพื่อให้ลูกค้าให้เสนอปัญหา ความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้กับพนักงานภายในบริษัท ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาความเชื่อมั่นรายด้านและรวมทั้งฉบับ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .9235 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นรายด้าน จะได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย เท่ากับ .6383
2. ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัท เท่ากับ .7960
3. ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ เท่ากับ .7749
4. ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ เท่ากับ .9075
5. ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัท เท่ากับ .9025
6. ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท เท่ากับ .8671

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยดำเนินการจัดเตรียมแบบสอบถามให้พอเพียงกับจำนวนลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาค้นคว้าจำนวน 400 ฉบับ และดำเนินการแจกจ่ายและจัดเก็บแบบสอบถาม พร้อมกับตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบทั้ง 400 ฉบับ แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1. ข้อมูลตอนที่ 1 ที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ
2. ข้อมูลตอนที่ 2 ที่เกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ
3. ข้อมูลตอนที่ 3 ที่เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ในด้านต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ t-test และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- way Analysis of Variance : F - test) และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบเพื่อตรวจสอบระหว่างคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี (LSD)
4. ข้อมูลตอนที่ 4 ที่เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการให้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่แล้วเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และเป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 35 – 50 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือมีอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และมีอายุ 18 – 24 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือระดับการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงามีอาชีพพนักงานหน่วยงานเอกชน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ข้าราชการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001–20,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงามีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงามีระยะเวลา 1 – 2 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 มากกว่า 2 – 3 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มากกว่า 3 – 4 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมากกว่า 4 – 5 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์จะเป็นประเภท 1 จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นประเภท 3 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ประเภท พ.ร.บ. จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และประเภท 2 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ จำนวน 6 ด้าน

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับความความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ($\bar{x} = 3.65$) รองลงมาคือด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.64$) ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ($\bar{x} = 3.55$) ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ($\bar{x} = 3.50$) ด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ ($\bar{x} = 3.47$) ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 ด้าน

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ และประเภทการทำประกันภัยรถยนต์

4.1 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ โดยทั้ง 5 ด้านดังกล่าวเพศชายมีระดับความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง สำหรับด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม และรายด้านทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้

4.3 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม และด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 3 ที่ตั้งไว้ สำหรับด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของข้อมูลรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า

4.3.1 โดยรวมทุกด้าน พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.3.2 ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย แตกต่างกับลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย แตกต่างกับลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.3.3 ด้านการให้บริการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.4 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้ สำหรับด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า

4.4.1 ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพพนักงานหน่วยงานเอกชน มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.5 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ และด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 5 ที่ตั้งไว้ สำหรับด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า

4.5.1 โดยรวมทุกด้าน พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.5.2 ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 40,001- 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.5.3 ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.6 ลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ ด้านการให้บริการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของอยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัทฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นตามสมมุติฐานที่ 6 ที่ตั้งไว้ สำหรับด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า

4.6.1 ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ พบว่าลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ 1 - 2 ปี มีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทฯ ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ แตกต่างกับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ มากกว่า 2 – 3 ปี มากกว่า 4 – 5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

4.7 ประเภทของการทำประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์โดยรวม และรายด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นตามสมมุติฐานที่ 7 ที่ตั้งไว้

5. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการประกันภัยรถยนต์

จากการวิจัยครั้งนี้พบปัญหาจากการใช้บริการของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านการประกันภัยรถยนต์ จำนวนรวม 56 คน โดยมีข้อที่มีความถี่สูงสุด คือข้อที่ว่าพนักงานสำรวจอุบัติเหตุเดินทางมาถึงที่เกิดเหตุล่าช้าจำนวน 25 คน รองลงมาคือข้อที่ว่า การพูดจาของพนักงานไม่ดี จำนวน 11 คน พนักงานสำรวจอุบัติเหตุของบริษัทไม่เป็นผู้ช่วยเหลือ หรือให้คำแนะนำเพื่อผลประโยชน์ของลูกค้า จำนวน 7 คน ปริมาณอยู่ในเครื่องมือไม่น้อยไม่ได้มาตรฐาน จำนวน 3 คน การจ่ายค่าสินไหมของบริษัทล่าช้ามาก จำนวน 3 คน ความไม่ยุติธรรมในการพิจารณาค่าสินไหมรถยนต์ จำนวน 3 คน ลูกค้าชำระเงินแล้ว บริษัทยังโทรทวงเงินเบี้ยประกันภัย จำนวน 2 คน อยู่ในเครื่องมือตรงต่อเวลาในการให้บริการ จำนวน 2 คน อยู่ในเครื่องมือไม่ซื่อสัตย์ จำนวน 2 คน ส่วนข้ออื่น ๆ ข้อละ 1 คน ได้แก่ ไปเสร็จรับเงินลูกค้าต้องติดตามทวงถามมาเองไม่จัดส่งให้ลูกค้า ลูกค้าชำระค่าเบี้ยประกันภัยด้วยบัตรเครดิตได้ที่สำนักงานใหญ่ทีเดียวไม่สะดวก คิดเงินค่าเบี้ยประกันภัยลูกค้าผิด การให้บริการชำระเบี้ยประกันภัยช้ามาก บริการต่อประกันภัยยังไม่มีดี มีความผิดพลาดของกรมธรรม์ (ไม่ได้ระบุซ่อมห้าง) ความกระตือรือร้นของพนักงานน้อยเกินไป และให้บริการตามหน่วยงานน้อยเกินไป

6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการให้บริการของลูกค้าด้านประกันภัยรถยนต์

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการให้บริการประกันภัยรถยนต์ จำนวนรวม 36 คน โดยข้อเสนอแนะที่มีความถี่สูงสุด คือข้อที่ว่า เบี้ยประกันภัยแพงควร ลดราคา จำนวน 9 คน รองลงมา คือข้อที่ว่า ควรมีการให้บริการสินไหมที่รวดเร็ว หรือมีจุดรับแจ้งเหตุมากกว่า จำนวน 7 คน ลูกค้าประวัติดีควรมีส่วนลดมากกว่านี้ จำนวน 4 คน บริษัทควรมีการควบคุมอยู่ในเครื่องมือให้มีความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลา จำนวน 3 คน ควรแนะนำความคุ้มครองหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าอะไรที่ให้ผลประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า จำนวน 3 คน เมื่อพนักงานสินไหมมาถึงที่เกิดเหตุ ควรทำหน้าที่แทนเจ้าของ จำนวน 2 คน ควรเพิ่มวงเงินประกันภัยให้มากขึ้น จำนวน 2 คน สำหรับข้ออื่น ๆ ข้อละ 1 คน ได้แก่ การให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรผู้มีหน้าที่ลาหยุดลูกค้าต้องมาติดต่อใหม่สัปดาห์หน้า ควรตรวจสอบหรือมีมาตรฐานในการตีราคาค่าสินไหมทดแทน เพราะในปัจจุบันบริษัทจ่ายค่าสินไหมในราคาที่ต่ำ ควรมีอยู่ในการให้บริการมากกว่านี้ ควรปรับเปลี่ยนเงื่อนไขเกี่ยวกับการซ่อมรถให้คู่กรณีมีทางเลือกมากขึ้น หรือกรณีอะไหล่บางตัวไม่สามารถหาซื้อได้น่าจะอนุมัติให้ใช้อะไหล่ห้างได้ การประกันภัยประเภท 1 ระหว่างซ่อมรถ ควรมีรถสำรองให้ลูกค้าใช้ และควรมีการทำงานทดแทนกันกรณีไม่อยู่หรือช่วงพักกลางวัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านการให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัทฯ ด้านการให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์ ด้านการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในเครือของบริษัท ฯ และด้านการให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัท ฯ ในภาพรวมลูกค้าของบริษัท ฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพื่อรักษารฐานลูกค้าให้คงอยู่กับบริษัทฯ ตลอดไป และเป็นการสร้างความมั่นใจ ความเชื่อมั่นให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยังไม่เคยมาใช้บริการของบริษัท ฯ ว่าจะได้รับการบริการที่ดี เอาใจใส่ลูกค้าในทุก ๆ ด้าน ซึ่งความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นผู้ให้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด และความพึงพอใจในระดับสูงนำไปสู่ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงเช่นกัน คอทเลอร์ (2540 :73; อ้างอิงจาก Kotler.) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องผลงานวิจัยของชูศักดิ์ บัวแก้ว และสุณี กุลตระกูล (2541 : 61) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุดกับความพอใจของผู้ทำประกันภัย พบว่า ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน ความเป็นธรรมของข้อตกลง/ผลประโยชน์ที่ให้แก่ผู้เอาประกันภัย ความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์ของพนักงานและผู้บริหารบริษัท

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 ด้าน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ และประเภทการประกันภัยรถยนต์

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายจะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 1 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแนวความคิดและประสบการณ์ในเรื่องของการประกันภัยรถยนต์ประกอบกับความคาดหวังในเรื่องของการบริการที่จะได้รับจากบริษัทฯ ของเพศชายและเพศหญิงมีแนวความคิดและความคาดหวังที่แตกต่างกันจึงทำให้มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

2.2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 2 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงอายุของบุคคลที่กำหนดไว้ในการทำวิจัยมีแนวความคิดและความคาดหวังที่จะได้รับการบริการจากบริษัทฯ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 3 ที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับทราบข่าวสารที่ดีกว่า เพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ (ปรเม สตะเทวิน. 2540 : 106)

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีอาชีพต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 4 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะลักษณะอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ สำหรับพนักงานหน่วยงานเอกชนส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานที่แปรสภาพมาจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จึงทำให้มีแนวความคิดหรือความคาดหวังที่ไม่แตกต่างกัน

2.5 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้ต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 5 ที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ ตั้งแต่ 10,001 – มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีรายได้สูงจะมีความต้องการ มีระดับความคาดหวังที่สูงกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

2.6 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีระยะเวลาในการทำประกันภัยรถยนต์ต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 6 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระยะเวลาในการทำประกันภัยที่ต่างกันไม่มีผลต่อความคาดหวังในการให้บริการของบริษัทฯ ที่ไม่แตกต่างกัน จึงมีผลทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.7 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีประเภทในการทำประกันภัยรถยนต์ต่างกัน โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 6 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเภทการทำประกันภัยไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการจากบริษัทฯ จึงมีผลทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

การทำประกันภัยรถยนต์เป็นการประกันภัยประเภทที่รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากอุบัติเหตุรถยนต์ จึงมีการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นการประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับสำหรับผู้ที่มีรถยนต์ไว้ในครอบครอง ประกอบกับในสภาวะปัจจุบันการซื้อรถยนต์ส่วนใหญ่จะเป็นในรูปของการซื้อด้วยระบบเงินผ่อน ซึ่งจะต้องมีการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจตามกฎหมายของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ต่าง ๆ และรวมถึงการซื้อประกันภัยรถยนต์เพื่อแบ่งเบาภาระที่อาจจะเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุรถยนต์ การประกันภัยรถยนต์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้ที่มีรถยนต์

ไว้ในครอบครอง ดังนั้นบริษัทประกันภัยทุกแห่งจึงต้องปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อชิงความได้เปรียบในการแข่งขันและดึงดูดลูกค้าให้มาทำประกันภัยกับบริษัทฯ ซึ่งจากการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทฯ ดังนี้

1. บริษัทฯ ควรเพิ่มการให้บริการในการออกสำรวจอุบัติเหตุให้ดียิ่งขึ้น โดยการเพิ่มจุดในการรับแจ้งอุบัติเหตุและสำรวจอุบัติเหตุให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้พนักงานสำรวจอุบัติเหตุไปถึงที่เกิดเหตุด้วยความรวดเร็ว และพนักงานสำรวจอุบัติเหตุจะต้องเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในการช่วยเหลือหรือให้คำแนะนำเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของลูกค้า
2. บริษัทฯ ควรเพิ่มช่องทางในการชำระค่าเบี้ยประกันภัยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการชำระค่าเบี้ยประกันภัย เช่น สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ที่สาขาทุกแห่งของบริษัทฯ เป็นต้น
3. บริษัทฯ ควรปรับปรุงประสิทธิภาพในการออกกรมธรรม์ให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด เพื่อไม่ให้อลูกค้าต้องเสียเวลาในการติดต่อเพื่อแก้ไขข้อมูล และเกิดความไม่ประทับใจในการให้บริการ
4. บริษัทฯ ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ให้รวดเร็ว และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พุดจากกับลูกค้าด้วยความสุภาพ โดยการจัดอบรม หรือมีการประชาสัมพันธ์ภายในให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้าตลอดเวลา
5. บริษัทฯ ควรเพิ่มปริมาณอยู่ในเครือข่ายให้เพิ่มมากขึ้น โดยจะต้องมีวิธีการคัดเลือกคู่ที่มีคุณภาพเข้ามาเป็นอยู่ในเครือข่าย
6. บริษัทฯ ควรแนะนำให้ลูกค้าทราบถึงความคุ้มครองของการประกันภัยแต่ละประเภท พร้อมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ลูกค้าทราบ เพื่อเป็นทางเลือกในการทำประกันภัยของลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ซึ่งหากจะมีการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการวิจัยกลุ่มลูกค้าในส่วนภูมิภาค เช่น ตามจังหวัดใหญ่ ๆ ในแต่ละภูมิภาค เพื่อจะได้รับทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยกับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เปรียบเทียบกับบริษัทประกันภัยอื่น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าหรือระดับการให้บริการของบริษัทประกันภัยอื่น
3. การรับประกันภัยของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีหลายประเภท การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจในการรับประกันภัยประเภทอื่น ๆ ให้ครบทุกประเภท เพื่อจะได้นำผลการวิจัยมาปรับปรุงการบริการได้ครอบคลุมทุกประเภทการรับประกันภัย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการประกันภัย. (2543). (3 ธันวาคม 2544). *จำนวนบริษัทและประเภทของธุรกิจประกันวินาศภัย*.
(Online). Available : <http://www.doi.go.th/statc/statcni.htm>
- กรมการประกันภัย. (2543). *ว่าด้วยเรื่องประกันภัยรถยนต์แบบใหม่*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.
- คทาวิฑูรย์ ศิริวัฒน์. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัท AIA*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. ถ่ายเอกสาร.
- คอตเลอร์. (2541). *การบริหารการตลาด วิเคราะห์ วางแผน ปฏิบัติและควบคุม. Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control*. ฝ่ายวิชาการ Khoo Khaeng Business School. กรุงเทพฯ : คู่แข่ง.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ บัวแก้ว และสุณี กุลตระกูล. (2541). *ลักษณะการทำประกันชีวิตและการทำวินาศภัยของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพย์ ตรงธรรมกิจ. (2544). *อุตสาหกรรมรถยนต์*. หน้า 1 – 6. สายนโยบายการเงิน ฝ่ายภาคการผลิต ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีลียาสาสน์.
- ประมะ สดะเวทิน. (2531). *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- พวงเพ็ญ จิวพันธ์. (2539). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำประกันชีวิตและวินาศภัยในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 8*. กรุงเทพฯ : สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ศิริวรรณ ไชยสุรยกานต์. (2541). *พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาการเศรษฐกิจ). กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- สมจิตต์ มาร์ตินชัย. (2540). *การวิเคราะห์ความเสี่ยงของการเลือกใช้บริษัทประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท รัตนโกสินทร์ประกันภัย จำกัด ประเภทประกันวินาศภัย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ศูนย์ข้อมูลข้อสนเทศ. (2544). *สถิติคดีจราจรทางบก*. จากการรวบรวมข้อมูล ฝ่ายข้อมูลและสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันอุบัติภัยแห่งชาติ.

Kitler,Philip. (2000). ***Marketing Management and Millennium Edition***. New Jersey :Prentice Hall International.

Yamane,Taro. (1973). ***Statistics : An Introduction Analysis. 2 nd ed***. New York : Harper and Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์
ของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

คำแนะนำในการกรอกแบบสอบถาม

โปรดกรอกแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่าน

แบบสอบถามชุดนี้มี 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์
3. ความพึงพอใจของผู้ทำประกันภัยรถยนต์ในด้านต่าง ๆ
4. ข้อเสนอแนะที่มีต่อบริษัทฯ ในการทำประกันภัยรถยนต์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

1.2 อายุ

☐

18 - 24 ปี

☐

25 - 35 ปี

☐

36 - 50 ปี

☐

50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

☐

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

☐

ระดับปริญญาตรี

☐

สูงกว่าระดับปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

☐

ข้าราชการ

☐

พนักงานหน่วยงานเอกชน

☐

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.5 รายได้รวมต่อเดือนของท่าน

☐

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐

10,001 - 20,000 บาท

☐

20,001 - 30,000 บาท

☐

30,001 - 40,000 บาท

☐

40,001 - 50,000 บาท

☐

มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์

2.1 ท่านทำประกันภัยกับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลา

☐

น้อยกว่า 1 ปี

☐

1 - 2 ปี

☐

มากกว่า 2 - 3 ปี

☐

มากกว่า 3 - 4 ปี

☐

มากกว่า 4 - 5 ปี

☐

มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

2.2 ประเภทของประกันภัยรถยนต์ที่ท่านทำกับบริษัทฯ

☐

ประเภท พ.ร.บ.

☐

ประเภท 1

☐

ประเภท 2

☐

ประเภท 3

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์ ในด้านต่าง ๆ

โปรดระบุระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อบริษัทฯ ในด้านการทำประกันภัยรถยนต์ โดยทำเครื่องหมาย (✓)
ลงในช่องระดับความพึงพอใจทางขวามือเพียงช่องเดียว

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก
3.1 ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย					
3.1.1 ท่านคิดว่าอัตราเบี้ยประกันภัยของบริษัทฯ มีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ					
3.1.2 ท่านคิดว่าเงื่อนไขความคุ้มครองที่ได้รับเพียงพอต่อความต้องการในการซื้อประกันภัยของท่าน					
3.2 ให้บริการในการเข้ามาติดต่อกับบริษัท					
3.2.1 ท่านคิดว่าบริษัทฯ มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า					
3.2.2 ความชัดเจนในการอธิบายบอกส่วนงานในการให้บริการ					
3.2.3 ท่านคิดว่าบริษัทฯ มีสถานที่ในการรับรองลูกค้าเพียงพอต่อการให้บริการ					
3.2.4 พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ					
3.2.5 พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า					
3.2.6 พนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ					
3.2.7 พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำที่ชัดเจน					
3.2.8 พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว					
3.2.9 พนักงานเตรียมความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก
3.3 การให้บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ					
3.3.1 การรับแจ้งอุบัติเหตุของบริษัทฯ มีความรวดเร็ว					
3.3.2 บริษัทฯ มีพนักงานรับแจ้งตลอด 24 ชม. เป็นการให้บริการที่ดี					
3.3.3 ความชัดเจนในการตอบข้อซักถามของพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุ					
3.3.4 ท่านคิดว่าพนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุให้คำแนะนำวิธีปฏิบัติต่อท่านเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้ชัดเจน					
3.3.5 พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุใช้วาจาที่มีความสุภาพดี					
3.4 การให้บริการในการสำรวจอุบัติเหตุรถยนต์					
3.4.1 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุของบริษัทไปถึงที่เกิดเหตุด้วยความรวดเร็ว					
3.4.2 เมื่อพนักงานสำรวจอุบัติเหตุไปถึงที่เกิดเหตุได้แนะนำตัวและแสดงหลักฐานให้ท่านรู้จักก่อนเริ่มปฏิบัติงาน					
3.4.3 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีความสุภาพดี					
3.4.4 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุมีมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดี					
3.4.5 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุเป็นตัวแทนเจรจาต่อรองกับคู่กรณีเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ให้กับลูกค้า					
3.4.6 ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานสำรวจอุบัติเหตุ					
3.4.7 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่ท่านเป็นอย่างดี					
3.4.8 พนักงานสำรวจอุบัติเหตุให้คำแนะนำแก่ท่านเป็นอย่างดี					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก
3.5 การให้บริการของตู้ซ่อมรถยนต์ในเครือของ บริษัทฯ					
3.5.1 บริษัทฯ มีจำนวนตู้ที่ให้บริการเพียงพอต่อ ความต้องการ					
3.5.2 สถานที่ตั้งของตู้ที่ให้บริการทำให้ท่านได้รับ ความสะดวกในการใช้บริการ					
3.5.3 คุณภาพของงานที่ออกจากตู้ในเครือของ บริษัทฯ มีคุณภาพดี					
3.5.4 ตู้ในเครือของบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อ ทรัพย์สินภายในรถของลูกค้า					
3.5.5 ตู้ในเครือของบริษัทฯ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย ในการซ่อมรถยนต์					
3.5.6 ตู้ในเครือของบริษัทฯ มีความรวดเร็วในการให้ บริการ					
3.5.7 ตู้ในเครือของบริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาใน การซ่อมรถยนต์					
3.6 การให้บริการในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของ บริษัท					
3.6.1 บริษัทฯ จ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับท่านด้วย ความรวดเร็ว					
3.6.2 บริษัทฯ มีความยุติธรรมในการพิจารณาจ่าย ค่าสินไหมทดแทนให้กับท่าน					
3.6.3 บริษัทฯ มีความตรงต่อเวลาในการจ่ายค่าสิน ไหมทดแทนให้ตามที่ได้นัดหมาย					
3.6.4 บริษัทฯ อำนวยความสะดวกในการจ่าย ค่า สินไหมทดแทนให้กับท่านเป็นอย่างดี					
3.6.5 พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำในเรื่องการ จ่ายค่าสินไหมทดแทนให้กับท่านเป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

4.1 ปัญหาที่ท่านพบในการรับบริการจากบริษัท ฯ.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณอย่างสูงในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ – สกุล	นางนงลักษณ์ เอี่ยมโชติ
วันเดือนปีเกิด	23 มกราคม 2506
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)