

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
FACTORS AFFECTING CUSTOMER ON PURCHASING  
PERSONAL TRAVEL INSURANCE IN BANGKOK

วรรณสุดา สักมาศ  
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Wansuda Sakmard  
E-mail: wonsudas36@gmail.com  
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,  
Ramkhamhaeng University, Thailand  
Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านคุณภาพการบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พร้อมทั้งพิจารณาตามพฤติกรรมผู้ใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รูปแบบการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ระยะเวลาในการเดินทาง จุดประสงค์ในการเดินทาง ความคุ้มครองที่เลือกใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล บริษัทประกันภัยที่รู้จัก โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ส่วนใหญ่มีอายุ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน

186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 , อายุ 41 -50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 , และมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 , อาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 , มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 , และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 , 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 , 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 , และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

2.) พฤติกรรมผู้ใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ รูปแบบการซื้อประกันภัย ระยะเวลาในการเดินทาง จุดประสงค์ในการเดินทาง ความคุ้มครองที่เลือกใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล และบริษัทประกันภัยที่มีประกันภัยเดินทางที่รู้จัก

3.) ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้บริโภค; การประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล

## ABSTRACT

The study of factors affecting customer on purchasing personal travel insurance in Bangkok aims to study factors affecting customer on purchasing personal travel insurance in Bangkok area in 6 areas: coverage and benefits, insurance premium rate, service quality, service channel, marketing promotion, and service provider areas classified by personal status including gender, age, educational level, career, monthly income. Behaviors of travel insurance purchasers in Bangkok Metropolitan area considered were types of personal travel insurance, travel duration, travel purpose, personal travel coverage selected, and insurance company.

The sample of this study were 400 people. The data were collected by means of questionnaire and analyzed by computer program for frequency, percentage, mean ( $\bar{X}$ ), and standard deviation (SD).

The results showed that 1) There were 400 people answering questionnaires. There were 294 females representing 73.50% and 106 males representing 26.50%. Regarding age, there were 186 people in the 31-40 age range representing 46.50%, followed by 113 people in the 21-30 age range representing 28.25%, 87 members in the 41-50 age range representing 21.75%, and 14 people aged over 51 years representing 3.50% respectively. For educational level, there were 298 people with a bachelor degree representing 74.50%, followed by 74 people with a master degree representing 18.50%, 20 people with high vocational certificate /diploma representing 5%, 7 people with secondary education certificate representing 1.75%, and 1 person with higher than master degree representing 0.25% respectively. Concerning career, 266 people were employees of business companies representing 66.50%, followed by 60 business owners/ freelancers/traders representing 15%, 50 government officers/ state enterprise officers/ employees representing 15%, and 14 other careers representing 3.50% respectively. For monthly income, 135 people earned 20,001-30,000 baht per month representing 33.75%, followed by 100 people with 30,001-40,000 baht per month representing 25%, 80 people with over 40,001 baht per month representing 20%, 71 people with 10,001-20,000 baht per month representing 17.75%, and 14 people with under 10,000 baht per month representing 3.50%.

2) Behaviors of personal travel insurance purchasing in Bangkok included types of personal travel insurance, travel duration, travel purpose, personal travel coverage selected, and insurance company.

3) The overall opinions of personal travel insurance purchasing in Bangkok were at the highest level in coverage and benefits, service quality, insurance premium rate, service provider, service channel, and marketing promotion respectively.

**Keywords:** Consumer Behavior; Personal Travel Insurance

## บทนำ

ในปัจจุบันประกันภัยการเดินทางมีแนวโน้มในการทำโปรโมชั่นที่มีการแข่งขันดึงดูดลูกค้าค่อนข้างมาก โดยเน้นตลาดการเดินทางไปต่างประเทศมากกว่าในประเทศ และเน้นขายผ่านออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงง่ายและสะดวก อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการออกกรมธรรม์ของบริษัทประกันภัย โดยลูกค้าจะได้รับเอกสารกรมธรรม์ส่งผ่านทางอีเมลล์ และสามารถปรีนไปขอวีซ่าได้ โดยช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาประกันภัยการเดินทางเติบโตเป็นอย่างมาก ส่วนช่วงครึ่งปี 2562 เบี้ยประกันอยู่ที่ 1,219 ล้านบาท เติบโต 11% โดยประกันภัยการเดินทางนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อดูแลความปลอดภัยในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการเสียชีวิต ทูพพล

ภาพ หรือ ไม่สบาย และทรัพย์สินของผู้เดินทาง รวมไปถึงคุ้มครองในเรื่องของการเกิดเหตุไม่คาดคิดระหว่างการเดินทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเดินทางไปต่างถิ่นที่เราไม่คุ้นเคย และเป็นสถานที่ที่คนจำนวนมากมายลากลหลายประเทศต่างเดินทาง ไปนั้น อาจก่อให้เกิดเรื่องไม่คาดคิด อย่างเช่น ของหาย หรือถูกขโมย รวมทั้งการเจ็บไข้ได้ป่วย และการเสียชีวิต จึงทำให้เกิดประกันภัยการเดินทางขึ้นมา เพื่อดูแลนักเดินทางในยามที่เกิดการณไม่คาดฝัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางเพื่อปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาต่อบริษัทประกันภัยและรูปแบบกรมธรรม์ประกันภัยใหม่ ๆ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

### **วัตถุประสงค์การวิจัย**

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### **ขอบเขตของการวิจัย**

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

#### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

##### **1. ตัวแปรอิสระ คือ**

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รูปแบบการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ระยะเวลาในการเดินทาง จุดประสงค์ในการเดินทาง ความคุ้มครองที่เลือกใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล บริษัทประกันภัยที่รู้จัก

2. ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรที่ให้บริการ

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

ผู้ที่เลือกซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2563

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

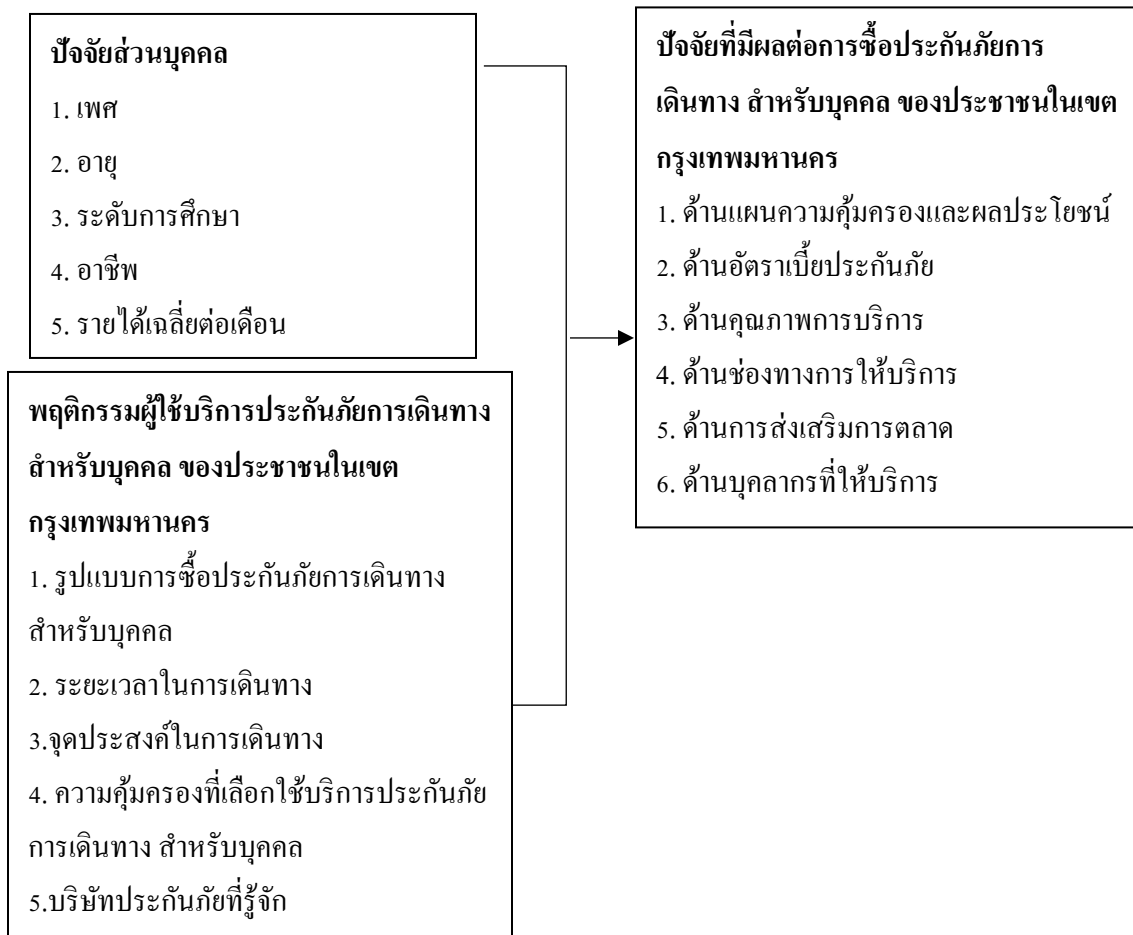
1. เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเดินทางในประเทศและต่างประเทศ
2. เพื่อเป็นแนวทางของบริษัทประกันภัยอื่น ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัย ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย รายละเอียด ดังนี้

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเวน และ ไมเนอร์ (Mowen and Minor, 1998: 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึง หน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภคอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพ และความคิด

ชิฟฟ์แมน และ แคนุก (Schiffman and Kanuk, 2000: G-3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาความต้องการเกี่ยวกับการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

ชุตินา วงศ์เตรียมใจ (2549 : 29 อ้างถึงใน กมลภัทร นิยมานา, 2554 หน้า 21) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการแสดงออกเป็นการกระทำ ดังกล่าวนี้ จะมีกระบวนการของสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากภายในตัวบุคคลนั้น ๆ เสมอ

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ สินค้าและบริการทาง เศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก เพื่อให้ตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค

### ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการประกันภัยการเดินทางสำหรับบุคคล

การประกันภัยการเดินทางสำหรับบุคคล เป็นการประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัยหาก ผู้เอาประกันภัยประสบอุบัติเหตุ และผลของอุบัติเหตุ นั้นส่งผลให้ผู้เอาประกันภัยบาดเจ็บต้องได้รับการ รักษาพยาบาล หรือสูญเสียอวัยวะ มือ เท้า และสายตา หรือเสียชีวิต แต่ทั้งนี้อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องเกิดขึ้น ภายในระยะเวลาระหว่างการเดินทางที่กำหนดไว้เท่านั้น ผู้ที่ควรทำประกันอุบัติเหตุการเดินทาง ได้แก่ บุคคล และกลุ่มบุคคลทั่วไปทั้งคนไทยและคนต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งต้องการเดินทางไปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การติดต่อธุรกิจ การดูงาน การเยี่ยมญาติ การศึกษาระยะ สั้นไม่เกิน 6 เดือน เป็นต้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชญาดา ไททยานวัตติ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 ที่นั่ง กรณีศึกษา กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ จังหวัด กำแพงเพชร ปี 2555 ซึ่งข้อมูลที่ได้ จากผู้บริโภค โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยผลของการศึกษานั้นจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในด้านผลิตภัณฑ์ (กรมธรรม์) โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ชุดิมา ศรีบุรี (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการประกันภัยการเดินทางของ บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซี อินชัวร์ัน จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการประกันภัยเดินทาง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการประกันภัยการเดินทางของ บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซี อินชัวร์ัน จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และสถิติทดสอบความสัมพันธ์ไควสแควร์

น้ำผึ้ง วงษ์มาพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เจ้าของรถยนต์ใหม่หรือรถยนต์มือสองที่เป็นผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมากที่สุด

ปวิวรรต ขาวผ่อง (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อประชาชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทางสำหรับบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อประชาชน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ในการซื้อประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทางสำหรับบุคคล งานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากประชากรในการศึกษารั้งนี้เป็ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 238,332 คน โดยเก็บข้อมูลประชากร 400 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับสำคัญมาก คือ ชื่อจากบริษัทประกันภัยที่ท่านรู้จักโดยตรง ชื่อจากตัวแทนที่ท่านรู้จัก ชื่อจากบริษัทนำเที่ยว ชื่อจากบริษัทจัดหางาน/ชื่อจากสถานศึกษา และชื่อจากอินเทอร์เน็ต

ภูวรินทร์ มากสาคร (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับ

การศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ภูมิภาคศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยผลเฉลี่ยมีพฤติกรรมการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

รศ.ดร.พร รัตนสกุลวัชรน์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมการประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์อีโคโนคาร์ ภูมิภาคศึกษาของโตโยต้ากรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจี้รถยนต์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้อีโคโนคาร์ยี่ห้อ โตโยต้า จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่าง (T-Test) ทดสอบความแปรปรวน (ANOVA) และการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ผลที่ได้จากการวิจัยมอบให้การตลาดของ บริษัท นวกิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันใหม่ร่วมกับ บริษัท คุ่มเกล้าประชานิยมโบรคเกอร์ จำกัด เพื่อการทำการตลาดขยายส่วนงานและเพิ่มยอดขายของรถกลุ่มอีโคโนคาร์ต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

#### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่ซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนรู้แต่ว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างจำนวน 50% หรือ .50 จากประชากรทั้งหมดในระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 หรือ 5% ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผลจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 384 ราย ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้อยู่ที่จำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชาชนที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่ผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. กำหนดสถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสุ่มเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อประกันภัยการเดินทาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่าง เดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2563



3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ครบถ้วน ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 23.0)

### **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### **ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ,อายุ 41 -50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 , และมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 , อาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 , มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 , และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 , 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 , 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 , และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รูปแบบการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการซื้อประกันการเดินทางในรูปแบบรายเที่ยว จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.75 และรายปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ ระยะเวลาในการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 1 – 4 วัน/ครั้ง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ 5-7 วัน/ครั้ง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 , 8-10 วัน/ครั้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 , และจำนวนมากกว่า 10 วัน/ครั้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ จุดประสงค์ในการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.25 รองลงมาคือ ดูงาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 , ประกอบธุรกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 , อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 , และศึกษาต่อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ความคุ้มครองที่เลือกใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเลือกความคุ้มครองในการใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล เพื่อป้องกันความเสี่ยงภัยในระหว่างการเดินทางที่จะเกิดขึ้น จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 รองลงมาคือ เพื่อสิทธิประโยชน์และความคุ้มครอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 , เพื่อยื่นขอวีซ่าการเดินทางเข้าประเทศต่าง ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 , เบี้ยประกันมิให้เลือกหลากหลายรูปแบบ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 , และบริษัทประกันภัยมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ บริษัทประกันภัยที่มีประกันภัยเดินทางที่รู้จัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จัก บมจ.เอ็มเอสไอจี ประกันภัย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ ทิพยประกันภัย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 , ซิกนาประกันภัย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 , ประกันภัยไทยวิวัฒน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 , ซันซัมคิตีประกันภัย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 , และอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ( $\bar{X}=4.34$ ,  $\bar{X}=4.31$ ,  $\bar{X}=4.24$ ) ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด  $\bar{X}=4.18$ ,  $\bar{X}=4.12$ ,  $\bar{X}=4.07$ )

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ส่วนใหญ่มีอายุ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25, อายุ 41 -50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 , และมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มี

การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 , อาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 , มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 , และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 , 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 , 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 , และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

### **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

### **อภิปรายผลการวิจัย**

1. **ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ข้อที่มึความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุ้มครองค่ารักษาพยาบาลทั้งอุบัติเหตุและเจ็บป่วย ให้ความคุ้มครองตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก ทั้งการบาดเจ็บ, ทุพพลภาพ, การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ การเคลื่อนย้ายเพื่อการรักษาพยาบาลฉุกเฉิน/การเคลื่อนย้ายกลับประเทศไทย ความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก เช่น การสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก ให้ความคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของกระเป๋าเดินทาง หรือทรัพย์สินส่วนตัว ชดเชยความล่าช้าในการเดินทาง เช่น เที่ยวบินล่าช้า การล่าช้าของกระเป๋าเดินทาง การเลื่อนหรือการบอกเลิกการเดินทางก่อนออกเดินทาง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาดา ไวทยานุวัตติ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 ที่นั่ง

2. **ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ข้อที่มึความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ กรมธรรม์ระบุค่าเบี้ยประกันภัยอย่างชัดเจน ค่าเบี้ยประกันภัยสอดคล้องกับความคุ้มครองที่ได้รับ ค่าเบี้ยประกันภัยมีหลากหลายราคาให้เลือกตาม

แผนประกันภัยที่ต้องการ มีข้อเสนอค่าเบี้ยประกันภัยราคาพิเศษ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันภัยเป็นรายงวดกับบัตรเครดิตได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติมา ศรีบุรี (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการประกันภัยการเดินทางของ บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซี อินชัวร์ัน จำกัด (มหาชน)

3. ด้านคุณภาพการบริการ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า 24 ชั่วโมง การส่งมอบกรมธรรม์มีความรวดเร็วโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การทำงานที่ถูกต้องมีมาตรฐานในการให้บริการ ความรวดเร็วในการรับค่าสินไหมทดแทน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำผึ้ง วงษ์มาพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ

4. ด้านช่องทางการให้บริการ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การซื้อประกันภัยการเดินทางจากบริษัทประกันภัยที่รู้จักโดยตรง ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการบริการชำระเงินประกันภัยเดินทางผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ การซื้อกรมธรรม์ประกันภัยเดินทางผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ ตัวแทนขายหน้าประกันภัย ตัวแทนสายการบินต่าง ๆ หรือบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีรพรต ขาวม่วง (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อประชาชน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ในการซื้อประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทางสำหรับบุคคล

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทางสำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตต่าง ๆ การให้ของสัมมนาคุณหรือรหัสโปรโมชันในการซื้อประกันภัยการเดินทาง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในงานสัปดาห์ประกันภัย หรือ งานเที่ยวทั่วไทยไปทั่วโลก การโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ กลุ่มเครือข่ายการบินต่าง ๆ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าผ่านระบบ SMS, E-MAIL ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูวรินทร์ มากสาคร (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

6. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำปรึกษา พนักงานเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานสามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุทธิศราพร รัตนสกุลวัฒน์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมการประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์อีโคคาร์ กรณีศึกษาของโตโยต้า กรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

พฤติกรรมผู้ใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 1. รูปแบบการซื้อ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรเน้นรูปแบบรายเที่ยวเป็นหลัก และพยายามpromoteรูปแบบรายปี เพื่อให้บริษัทมีรายได้เข้ามาหลายช่องทาง

#### 2. ระยะเวลาในการเดินทาง

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรเน้นระยะเวลาเดินทางระยะสั้น 1-4 วัน/ครั้ง หรือ 5-7 วัน/ครั้ง ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

#### 3. จุดประสงค์ในการเดินทาง

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ในส่วนของนักท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการเดินทาง มีการศึกษาข้อมูลของสถานที่ที่จะไป เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทาง

#### 4. ความคุ้มครองที่เลือกใช้บริการประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญกับลูกค้าทั้งในด้านความคุ้มครอง ค่ารักษาพยาบาลทั้งอุบัติเหตุและเจ็บป่วย ให้ความคุ้มครองตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก ทั้งการบาดเจ็บ ทูพพลภาพ การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ และการเคลื่อนย้ายเพื่อการรักษาพยาบาลฉุกเฉินหรือการเคลื่อนย้ายกลับประเทศไทย

#### 5. บริษัทประกันภัยที่มีประกันภัยเดินทางที่รู้จัก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทประกันภัยที่มีผลิตภัณฑ์ด้านประกันภัยการเดินทาง อาจจะไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนมากนัก หากที่รู้จักก็จะเป็นกลุ่มของนักเดินทางที่ใช้บริการของบริษัทเดิมเป็นประจำ จึงควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านแผนการประกันภัยที่หลากหลาย เพื่อรองรับกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยการเดินทาง สำหรับบุคคล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

### 1. ด้านแผนความคุ้มครองและผลประโยชน์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทประกันภัยควรให้ความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลทั้งอุบัติเหตุและเจ็บป่วยได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยไม่ต้องสำรองจ่าย เพื่อความรวดเร็วในการรักษาพยาบาลในขณะที่อยู่ต่างประเทศเพราะค่ารักษาจากต่างประเทศจะมีราคาที่สูง , ส่วนการให้ความคุ้มครองตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก ทั้งการบาดเจ็บ, ทุพพลภาพ, การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ นั่นคือ บริษัทสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ให้ข้อซักถามแก่ลูกค้าได้เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

### 2. ด้านอัตราเบี้ยประกันภัย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรมธรรม์ระบุค่าเบี้ยประกันภัยอย่างชัดเจน กล่าวคือ เบี้ยประกันภัยที่กำหนดควรมีความเหมาะสมกับลูกค้า ไม่คิดคำนวณเบี้ยประกันภัยที่สูงเกินความจำเป็น , ในส่วนค่าเบี้ยประกันภัยสอดคล้องกับความคุ้มครองที่ได้รับ นั่นคือ บริษัทมีแผนประกันภัยที่คุ้มครองตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

### 3. ด้านคุณภาพการบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า 24 ชั่วโมง โดยมีระบบ call center เพื่อรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าได้ทั่วโลก หรือจะมีบริษัทในสัญญาที่อยู่ในต่างประเทศ , การส่งมอบกรมธรรม์มีความรวดเร็วโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อลูกค้าซื้อประกันภัยเดินทางในระบบออนไลน์จะสามารถเลือกการรับกรมธรรม์แบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ซึ่งมีความสะดวกมาก และเพื่อป้องกันการส่งกรมธรรม์ทางไปรษณีย์แล้วเกิดการสูญหายได้และลดข้อผิดพลาดให้ลดน้อยลง

### 4. ด้านช่องทางการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การซื้อประกันภัยการเดินทางจากบริษัทประกันภัยที่รู้จักโดยตรง บางครั้งลูกค้าไม่สะดวกในการเข้ามาติดต่อที่บริษัทได้โดยตรง จึงควรมีการเพิ่มการให้บริการลูกค้า โดยการเข้าไปสร้างพันธมิตรตัวแทนเพิ่มมากขึ้น หรือการขายประกันภัยการเดินทางผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยว เพื่อจะได้มีรายได้เข้ามาได้หลายช่องทาง

### 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตต่าง ๆ บริษัทประกันต้องมีการขยายช่องทางในการขายโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต มีการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ, การให้ของสัมมนาคุณหรือรหัสโปรโมชันในการซื้อประกันภัยการเดินทาง ควรให้ลูกค้ามีสิทธิการเข้าถึงรหัสโปรโมชันที่หลากหลายเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อประกันภัยการเดินทาง เป็นการจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

## 6. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ตัวสินค้าผ่านการบริการจากพนักงาน ดังนั้นบริษัทต้องมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ จัดการฝึกอบรมผลิตภัณท์ให้พนักงานได้มีความรู้ , พนักงานเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ลูกค้า มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี , และพนักงานสามารถให้ข้อมูลผลิตภัณท์ที่ชัดเจน บริการแก้ปัญหาเฉพาะด้านของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

### บรรณานุกรม

- กมลภัทร นิยมนา. (2554). *ปัจจัยในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- ชุตินา ศรีบุรี. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการประกันภัยการเดินทางของ บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซี อินชัวร์น จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร. มหาวิทยาลัยสยาม.*
- ชญาดา ไททยานุวัตติ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 ที่นั่ง กรณีศึกษา กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ จังหวัด กำแพงเพชร ปี 2555. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัย. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.*
- น้ำผึ้ง วงษ์มาพันธ์. (2558). *ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ปวีรรต ขาวผ่อง. (2558). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อประกันอุบัติเหตุการเดินทางสำหรับบุคคล. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ภูวรินทร์ มากสาคร. (2559). *พฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกันภัยรถยนต์ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.*
- รฐิศาพร รัตนสกุลวัธน. (2560). *ปัจจัยและพฤติกรรมการประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์อีโคคาร์ กรณีศึกษาของโตโยต้ากรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.*