

ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่

กรุงเทพมหานคร

SATISFACTION IN RENEWAL OF MOTOR INSURANCE POLICIES 1 IN THE BANGKOK AREA

นงนุช ผ่องญาติ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nongnuch Phongyat

E-mail:nuchscsmg@gmail.com

Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร มีปัจจัยด้านบุคคล ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1 ต่างกัน

ความสำคัญ : การต่ออายุกรมธรรม์; เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this study were 1. To study a satisfaction in renewal of motor insurance Policies 1 in the Bangkok area 2. To study a satisfaction in renewal of motor insurance policies 1 in the Bangkok area separated by population

The sample group was 400 people of personnel in Bangkok. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis were tested by Independent Sample (t-test). One-Way ANOVA (F-test), in test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression

The results of hypothesis testing showed that personnel in greater Bangkok area. With personal factors different occupation and education, making the satisfaction with the renewal of type 1 motor insurance policy, was different.

Importance: Renewal of the policy; Bangkok area

บทนำ

ในปัจจุบัน ระบบขนส่งมวลชนในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชากรในประเทศได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นในด้าน ปริมาณยานพาหนะในระบบขนส่งมวลชน เส้นทางในการให้บริการ หรือแม้แต่คุณภาพในการ ให้บริการของระบบขนส่งมวลชน จึงส่งผลให้ประชาชนบางส่วนเลือกที่จะใช้รถส่วนตัวเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับตนเอง ดังนั้น รถยนต์จึงมีความสำคัญกับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่รถยนต์จะทำให้การเดินทางมีความสะดวกและรวดเร็ว แต่รถยนต์ยังเปรียบ เหมือนเครื่องแสดงฐานะทางสังคมอีกด้วย นั่นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้จำนวนรถยนต์บนท้องถนน เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง พื้นที่กรุงเทพมหานคร จดทะเบียนสะสมในปีพ.ศ. 2561 ที่มีจำนวน 4,501,405 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนรถจดทะเบียนในปีพ.ศ. 2560 ที่มีจำนวน 4,242,556 คัน จะเห็นได้ว่ามี จำนวนรถจดทะเบียนเพิ่มขึ้นถึง 258,849 คัน ตามกฎหมายได้มีการบังคับให้รถที่จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบกทุกคัน ต้อง ทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 เพื่อ คุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย ของบุคคลผู้ประสบภัยจากรถ โดยไม่รวม ค่าเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สิน จึงทำให้ผู้ขับขี่ที่มีความต้องการได้รับความคุ้มครองความเสี่ยง ภัยที่อาจเกิดขึ้นที่ครอบคลุม จึงเลือกที่จะทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ที่จะช่วยบรรเทาภาระ ค่าใช้จ่ายจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยบุคคล

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรในการศึกษา คือ ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 400 ตัวอย่าง
2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ และศึกษาปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงในด้านต่างๆ จากผลระดับความความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสามารถนำข้อมูลของผลการวิจัยไปแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ รวมถึงบริการด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ บริโภค

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครไว้ 7 ด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ของ ชลันธร พูลปัญญาวงศ์ (2553) พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ ประกันภัยรถยนต์ในระดับมากที่สุด โดยประกอบด้วยประเด็นในด้าน การมีความคุ้มครองที่ ครอบคลุมตรงตามความต้องการ การมีประเภทกรมธรรม์ที่หลากหลาย และการมีเงื่อนไขความ คุ้มครองที่เข้าใจง่าย ตามลำดับ

สิริลักษณ์ ชัยวงศ์ (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ สิทธิประโยชน์ ที่ได้รับ เงื่อนไขและข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญา ชื่อเสียงความมั่นคงของบริษัท และความหลากหลาย ของแบบประกันภัย

ศุภลักษณ์ สมบูรณ์หรรษา (2549) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นบางสิ่ง บางอย่างซึ่งองค์การหรือบุคคลนำเสนอเพื่อแลกเปลี่ยน อันจะให้ความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ได้รับความพอใจ หรือความต้องการของนักการตลาดเองได้รับความพอใจ

ด้านราคา (Price)

Holbrook & Coffman (1985) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้าน ราคาเป็นพฤติกรรมของลูกค้าส่วนตัวสูง ซึ่งจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลูกค้า และผลิตภัณฑ์ แต่ โดยทั่วไปอาหารและการบริการที่ได้รับการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของประสบการณ์ ร้านอาหาร ที่มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าที่มีคุณภาพของร้านอาหาร ความพึงพอใจ และพฤติกรรม ความตั้งใจ

จิระศักดิ์ เกาะสูงเนิน (2550) พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ถูกเอาประกันภัยให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาเบี่ยประกันภัยเหมาะสม อันดับ 2 คือ มีการให้เครดิตในการชำระเงิน อันดับ 3 ระยะเวลาในการผ่อน ชำระนาน อันดับ 4 อัตรา ดอกเบี้ยของการผ่อนชำระเป็นรายงวด อันดับ 5 อัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำ และอันดับ 6 คือ ส่วนลด เงินสด

แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์ (2551) พบว่า ปัจจัยทางด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เบี่ยประกันภัย ราคาเหมาะสมกับความคุ้มครองมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เบี่ยประกันภัยมีราคาถูก ไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วนแรก (Deduct able)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ธัญญารัตน์ เนียมดวง (2555) พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างระดับมากที่สุด คือ สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก และการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

ศรัญญา มิตรเจริญพันธุ์ (2556) พบว่า สถานที่ตั้งของ บริษัทที่ไปมาสะดวก การมีพนักงานหรือตัวแทนบริษัทมาพบและแนะนำข้อมูลในการซื้อสินค้าในแต่ ละประเภท บริการจัดส่งกรมธรรม์ถึงบ้าน และมีสาขาในการให้บริการเพียงพอมีความสำคัญในการ ตัดสินใจซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วรรณภา ชูประดิษฐ์ (2556) ในเรื่องปัจจัย ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์

ภาคสมัครใจ ในเขตพื้นที่จังหวัดต่างจังหวัด พนักงานคอยให้คำแนะนำ การให้ของแถมหรือของชำร่วยเมื่อซื้อกรมธรรม์ประกันภัย มีการแจ้ง ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการประกันภัย และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

จิระศักดิ์ ศรีรัตน์ (2551) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจสูงสุด ได้แก่ มีการส่งจดหมายแนะนำรูปแบบกรมธรรม์ของบริษัทประกันภัย รองลงมาได้แก่ มีการโทรศัพท์แจ้งเตือนต่ออายุประกันภัยหมดอายุ และมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการประกันภัย ต่ำสุดคือมี

การให้ของแถมหรือของชำร่วยเมื่อซื้อประกันภัย และการศึกษา ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

สิริลักษณ์ ชัยวงค์ (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย คือ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การมีของแถมเมื่อทำประกันภัย และการจัดกิจกรรมร่วมสนุกสำหรับลูกค้า

ด้านบุคคล(People)

สิรินทร์ หงษ์กุล เศรษฐ์ (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความพร้อม ในการบริการ มีความรู้ความเข้าใจในด้านประกันภัย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดจาสุภาพ และมีการแต่งกายอย่างเหมาะสม

กาญจนาวีตรี งามพริ้ง (2551) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไปตรงมาให้การเสนอราคาแก่ลูกค้า มีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยและให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน มีความรวดเร็วในการดำเนินการแก้ไข ปัญหาของลูกค้า มีการเอาใจใส่ดีและให้บริการลูกค้าแบบเสมอภาค มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแล อย่างสม่ำเสมอ ภายหลังซื้อประกันภัย การให้คำแนะนำอย่างถูกต้องด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย และ พนักงาน ตัวแทนมีความน่าเชื่อถือ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

อนันตา เจริญวรมธ (2555) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญด้านปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ในด้านสถานที่ตั้งสำนักงานของบริษัทที่มีจอรถสะดวกสบายและเพียงพอมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สถานที่ตั้งสำนักงานของบริษัทมีการคมนาคมที่สะดวก และ อันดับถัดมา คือ สถานที่ตั้งสำนักงานของบริษัทมีป้ายแสดงอย่าง ชัดเจนหาได้ง่าย

เอนก ชมภู (2554) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านทำเลที่ตั้งหาง่าย สะดวก รองลงมา คือ การจัดสถานที่ภายใน เป็นสัดส่วนและเป็นระเบียบ อันดับ 3 คือ ทางเข้าออกสะดวกที่เข้ามาใช้บริการ และ อันดับ 4 คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอ

กาญจนาวีตรี งามพริ้ง (2551) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัท ประกันภัยรถยนต์ ประกอบด้วย มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ เช่น ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ โทรทัศน์ น้ำดื่ม และ ห้องน้ำ มีการจัดรูปแบบสำนักงานสวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มา ติดต่อ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า และความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

ด้านกระบวนการบริการ (Process)

ยุวพร พิงพิพัฒน์ (2551) พบว่า ปัจจัยทางด้านการบวนการที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการเมื่อประสบ

อุบัติเหตุ ระยะเวลาส่งมอบกรมธรรม์ การตรวจสอบเบี้ยประกันภัยรถยนต์ และการ จ่ายสินไหมทดแทน

วินัย คำภีระปาวงศ์ (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการประกอบด้วย มี ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีวิธีการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและได้มาตรฐาน

แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์ (2551) พบว่า ปัจจัยทางด้านกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ มีศูนย์บริการพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา อันดับ 2 คือ มีความรวดเร็วในการมาตรวจสอบที่เกิดเหตุ อันดับ ที่ 3 คือ การแก้ไขปัญหาและให้คำ แนะนำแก่ผู้เอาประกันขณะเกิดเหตุ และอันดับสุดท้าย คือ มีรถสำรองให้ใช้ ระหว่างการซ่อม

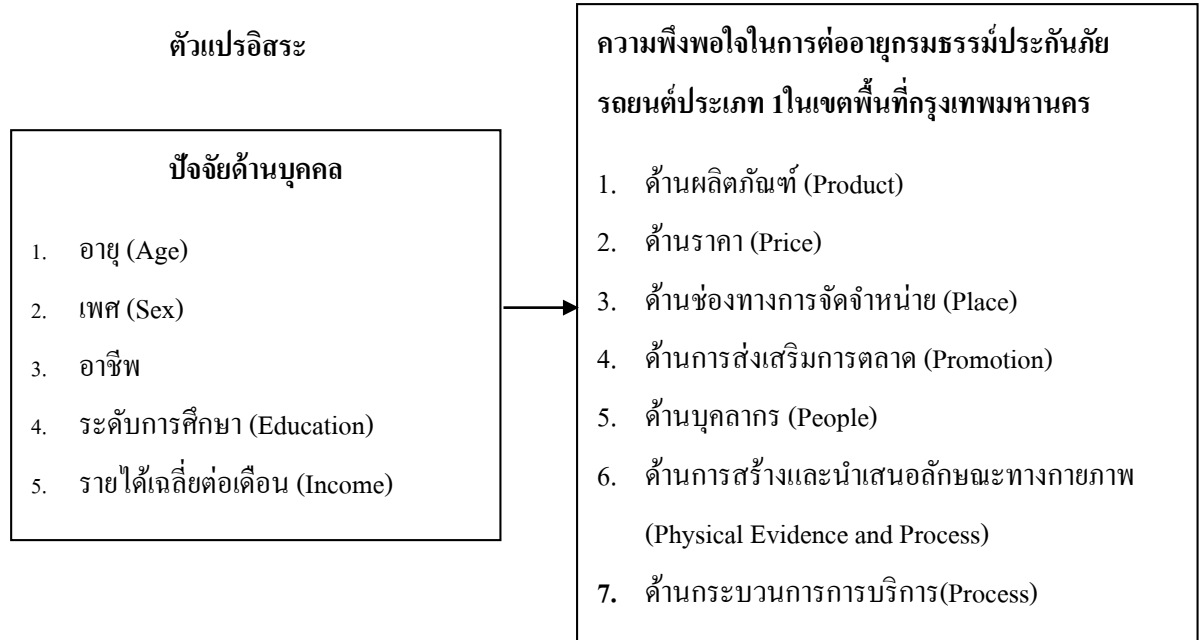
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญญารัตน์ เนียมดวง (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ ประกันภัยภาคสมัครใจ ประเภท 1 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัด พิษณุโลก พบว่า ปัจจัยด้านการบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยของกลุ่มตัว อย่าง ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

สุภักจิตร์ อุ๋นใจ (2547: 116-134) อ่างใน วิมล แซ่ตั้ง, 2553 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม ในการตัดสินใจ เลือกต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของบริษัทพิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผู้ตัดสินใจเลือกต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของบริษัทพิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท สถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน และทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประเภท 1 ผู้ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทพิพยประกันภัย จำกัด(มหาชน)มีพฤติกรรม การซื้อในอดีตด้านการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์โดยตรงจากบริษัทเลือกต่ออายุกรมธรรม์ ประกันภัยทาง โทรศัพท์และเคยเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนกับทางบริษัท มีความถี่ในการขับขี่รถยนต์ไปต่างจังหวัดไม่รวมเขต ปริมาณพลสัปดาห์ละครั้งโดยมีผู้ร่วมเดินทางไปด้วยกันในรถยนต์สำหรับบุคคลที่เลือกต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัย คือ ความมีชื่อเสียง นิยมซ่อมรถที่อยู่ในเครือของบริษัทฯและ ทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทพิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นเวลา 4 ปี

กรอบแนวความคิด

ตัวแปรตาม



สมมติฐานการวิจัย

ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ต่างกัน

ระเบียบการวิจัย

งานวิจัยเรื่องต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล ที่ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาแบบเก็บรวบรวมข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) ตั้งแต่มีนาคม – เมษายน 2562 เป็นระยะเวลา 1 เดือน โดยงานวิจัยนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน ทาง Social media เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สามารถลดระยะเวลาและประหยัด ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาค้นคว้า ผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และเพื่อให้แบบสอบถาม ครอบคลุม วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำ การแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 5 ข้อ ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้าน การศึกษา ด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากรด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่ง จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 29 ข้อ ซึ่งเป็นคำถาม ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับการให้ระดับความความพึงพอใจ 5 ระดับ

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อเทียบเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้
 - 2.1 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ไม่ต่างกัน
 - 2.2 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านบุคคล ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาผลการวิจัยความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ ควรที่จะมีเงื่อนไข ความคุ้มครองที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สิริลักษณ์ ชัยวงศ์ (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบ ถาม ให้ความสำคัญกับ สิทธิประโยชน์ ที่ได้รับ เงื่อนไขและข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญา

1.2 ความพึงพอใจด้านราคา ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านราคา ควรที่จะมีราคาเบา ภาระที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์ (2551) พบว่า ปัจจัยทางด้านราคา โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เบี้ยประกันภัย ราคาเหมาะสมกับ ความคุ้มครองมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เบี้ยประกันภัยมีราคาถูก ไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วน แรก (Deduct- able)

1.3 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ควรที่จะมีสถานที่ตั้งของบริษัทและสาขามีความสะดวกต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีัญญา มิตรเจริญพันธ์ (2556) พบว่า สถานที่ตั้งของ บริษัทที่ไปมาสะดวก การมีพนักงานหรือตัวแทนบริษัทมา พบและแนะนำข้อมูลในการซื้อสินค้าในแต่ละ ประเภท บริการจัดส่งกรมธรรม์ถึงบ้าน และมีสาขาในการ ให้บริการเพียงพอมีความสำคัญในการ ตัดสินใจซื้อ

1.4 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับ มากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด ควรที่จะมีส่วนลดค่าเบี้ยประกันกับลูกค้าประวัติดี สอดคล้องกับแนวคิดของ จรัสลักษณ์ อุทัย (2558) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัยสำหรับลูกค้าที่มีประวัติ การขับขี่ดีอย่าง เหมาะสมมากที่สุด อันดับ 2 คือ มีจดหมายหรือพนักงานแจ้งเตือนก่อนประกันภัยจะหมดอายุ อันดับ ต่อมา คือ การมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และมีของสมนาคุณ

1.5 ความพึงพอใจด้านบุคคล การตลาด ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านบุคคล ควรที่จะมี พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการตอบสนองของผู้ใช้บริการในด้านข้อมูลและเงื่อนไขความคุ้มครอง ซึ่งสอด คล้องกับแนวคิดของ ยูวพร พิงพิพัฒน์ (2551) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในด้าน พนักงานสามารถ แก้ไขปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็ว พนักงานหรือตัวแทนให้การดูแลเป็นอย่างดี ความน่าเชื่อถือของ ตัวแทนและพนักงานบริษัท ตัวแทนขายหรือพนักงานให้คำแนะนำ และพนักงานให้ความรู้ในการทำประกันภัย รถยนต์แก่ผู้สนใจเป็นอย่างดี

1.6 ความพึงพอใจด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร -นคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรที่จะมีที่นั่งรับรองที่สะดวกสบายในการรอเข้ารับบริการ สอดคล้องกับแนวคิด

ของ กาญจนวีตริ์ งามพริ้ง (2551) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัท ประกันภัยรถยนต์ ประกอบด้วย มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ เช่น ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ โทรทัศน์ น้ำดื่ม และ ห้องน้ำ มีการจัดรูปแบบสำนักงานสวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มา ติดต่อ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า และความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

1.7 ความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการ ของประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า ด้านกระบวนการบริการ ควรที่จะมีศูนย์รับแจ้งที่สามารถบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับแนวคิดของ พนิดา ละเอียด (2556)พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการใช้บริการที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ การมีศูนย์รับแจ้งเหตุ สามารถบริการและติดต่อได้ทั่วประเทศ ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมา คือ การให้บริการมีความถูกต้อง ยุติธรรม รวดเร็ว ลำดับต่อมา คือ ตรงต่อเวลาในการนัดหมาย

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพศชายจะพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ต่างไปจากเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ สุภักดิ์จิตร อุ๋นใจ (2547: 120-121) อ่างไโน วิมล แซ่ตั้ง, 2553 ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัททิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)ผลการวิจัยพบว่า เพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

2.2 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีช่วงอายุที่แตกต่างกันทำให้ความพอใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจมาศ เป็ดทอง (2550) พบว่า อายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ ด้านกรมธรรม์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน การส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน และในการศึกษาความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้บริการหลังการขายของบริษัทประกันรถยนต์ ประจำปี 2549

2.3 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน

บุคคล ด้านกระบวนการบริการ ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิมล แซ่ตั้ง ,2553 จากผลการศึกษาที่ว่า อาชีพมีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลไม่ เกิน 7 คนใน จังหวัดนนทบุรีอาจเป็นเพราะผู้ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีอาชีพ ที่ต้องใช้รถยนต์อยู่ตลอดเวลาจึงมีความเสี่ยงในการใช้รถใช้ถนนที่อาจจะเกิดอุบัติเหตุจึงเห็นถึงจำเป็น ในการทำประกันภัย

2.4 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิลาวัลย์ พรหมสุวรรณ ,2554 ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมต่อการซื้อกรมธรรม์ผ่านทาง telemarketing กับ บมจ. ไทยพาณิชย์ นิวยอร์คไลฟ์ ประกันชีวิตของผู้เอาประกันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เอาประกันภัยที่มีระดับ การศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำประกันชีวิตผ่าน telemarketing กับ บมจ. ไทย พาณิชยนิวยอร์คไลฟ์ประกันชีวิตแตกต่างกัน

2.5 ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประไพ คงสมบูรณ์ , 2550 ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิตบริษัทอยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ผ่านธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขา บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการซื้อประกันชีวิตแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับ บริษัท ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย

ปัจจัยด้านบุคคล

1.จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีปัจจัยด้านบุคคล ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ต่างกัน ดังนั้น บริษัทที่ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ควรให้ความสนใจกับปัจจัยด้านบุคคล ด้านดังกล่าวข้างต้น เพราะในการกำหนดนโยบาย หรือการวางแผนงานในการเพิ่มความพึงพอใจในการต่ออายุ

กรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 นั้นให้พิจารณาในด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นประการสำคัญ

2.จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการ มากที่สุด จากการหาค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการต่ออายุกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้น บริษัทที่ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ควรที่จะให้ความสำคัญและรักษามาตรฐานพร้อมทั้งมีการพัฒนาในด้านกระบวนการบริการ ให้ดียิ่งขึ้น

อ้างอิง

กาญจนาวิตรี งามพริ้ง (2551) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ จังหวัดเชียงใหม่

ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ,คั่นคว่ำอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชญญารัตน์ เนียมดวง. (2555). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ ประกันภัยภาคสมัครใจ ประเภท 1 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัดพิษณุโลก. การคั่นคว่ำแบบอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ยุวพร พิงพิพัฒน์ (2551) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร,คั่นคว่ำอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิมล แซ่ตั้ง.(2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนในจ.นนทบุรี. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์. (2551). ปัจจัยในการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของผู้เอาประกันภัย และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของผู้เอาประกันภัยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, เพชรบุรี.

เอนก ชมภู (2554) ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการสินไหมรถยนต์ บริษัท

ไทยศรีประกัน ภัย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร,คั่นคว่ำอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

Kotler, P. and Keller, K.L. (2012) Marketing Management. 14th Edition, Pearson Education