

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ  
Marketing Mix Factors which Affect the Decision to Purchase Voluntary  
Motor Insurance

รสริน พัทธ์กัญญา

นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
โทร 09-9107-7010, Email: kaminol25@gmail.com

Rosarin Patchkanya

Business Administration Student

King Mongkut's University of Technology North Bangkok

ศรัณญา กัมพูอังกูร

นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
โทร 09-5956-0092, Email: kik.mickey21@gmail.com

Saranya Kampuangkul

Business Administration Student

King Mongkut's University of Technology North Bangkok

ผศ.สุนีย์ วรรณโกมล

ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
โทร 089-688-0977, Email: suneewan@kmutnb.ac.th

Assistant Professor Sunee Wattanakomol

The Advisor, The Instructor of the Faculty of Business Administration

King Mongkut's University of Technology North Bangkok

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม เครื่องมือสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ t-test ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis โดยงานวิจัยนี้ใช้ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในการวิเคราะห์

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,000 บาท โดยใช้รถยนต์ประเภทรถญี่ปุ่นเป็นหลัก ขนาดเครื่องยนต์ส่วนใหญ่ไม่เกิน 1,600 ซีซี ระยะเวลาการใช้รถยนต์ 5-10 ปี ใช้ 5-7 วันต่อสัปดาห์ ความเร็วในการขับขี้อยู่ที่ 80-100 กม./ชม. มีความสนใจกรมธรรม์ประเภท 1 เห็นความสำคัญของการทำประกันภัย ซื่อผ่านตัวแทนของบริษัท ที่เลือกทำประกันภัยเพราะเงื่อนไขความคุ้มครอง ดัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง หาข้อมูลจากเพื่อน/คนรู้จัก นิยมซ่อมศูนย์บริการ ชำระผ่านธนาคารเข้าบริษัทประกันภัยโดยตรง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด โดยผู้ซื้อต้องการกรมธรรม์ที่มีเงื่อนไขความคุ้มครองที่ชัดเจน รองลงมาปัจจัยด้านราคา โดยผู้ซื้อให้ความสำคัญกับอัตราเบี้ยประกันภัยเมื่อเทียบกับความคุ้มครองมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ และปัจจัยที่ถูกให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอาจเนื่องมาจากการทำการตลาดของสื่อ สิ่งพิมพ์ โฆษณา ที่ไม่ดึงดูดให้ผู้ซื้อมีความสนใจมากนัก

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่าเพศและการศึกษานั้นมีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ส่วนสถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือนนั้นส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

**คำสำคัญ:** ส่วนประสมทางการตลาด รถยนต์นั่งส่วนบุคคล การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

## Abstract

The objective of this research is to study marketing mix factors which affect to the decision to purchase voluntary motor insurance and significance level of the factors which affected to the purchase of voluntary motor insurance in 4 aspects of marketing mix which were product, price, distribution channels and marketing promotion. The population in this research was the consumers in Bangkok who used to purchase voluntary motor insurance in case of passenger car contained not more than 7 persons. The sample size was 400 people. The tool which applied in this research was questionnaire. The statistics used for analysis were percentage, mean, standard deviation, chi square, t-test, ANOVA and analysis of difference in pairs by

using Scheffe Analysis. The statistical significance at level .05 was determined in this research.

The collected data shows that the majority of respondents were male who have the age between 25-35 years old. They are government/ state enterprise employees, and have the average income per month 20,000 – 40,000 baht. the main use of Japanese car with engine size not more than 1,600 cc mostly, duration of car using 5-7 days per week, the driving speed at 80-100 km/hr., interesting in type 1 insurance, concerning in importance of insurance, purchasing through a company representative, insurance coverage conditions, deciding to purchase by themselves, information receiving from friends/ acquaintance, mostly use car service center and payment transferring to the insurance company directly

The research found that Product is the most important factor to consumers. The buyer needs a insurance with clear coverage policy. Followed by the price factor, the buyers focus on premium rate compared to the coverage they would receive. And the least factor is promotion. This may be due to the marketing of advertising media that doesn't attract much attention.

From the analysis of difference of the factors which affect to the purchase of voluntary motor insurance distinguished by normal status and educational level, The study shows that gender affects the voluntary insurance purchasing. On the other hand, status, occupation and monthly income doesn't affect it significantly.

**Keyword:** marketing mix, personal car, voluntary motor insurance

## บทนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน "รถยนต์" มีบทบาทสำคัญในการคมนาคมและขนส่งสินค้า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เรานอกจากปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค เห็นได้จากการที่มีการขยายเส้นทางคมนาคมทางบกเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนผู้ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางและในการขนส่งสินค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ รถยนต์จึงเป็นพาหนะที่อำนวยความสะดวกและให้ประโยชน์แก่มนุษย์เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันรถยนต์ได้ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิต และทรัพย์สินของมนุษย์เป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน

"อุบัติเหตุ" เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดอย่างไร มนุษย์พยายามหาทางป้องกันอุบัติเหตุและลดอุบัติเหตุอันเกิดจากการใช้รถ โดยวิธีหนึ่งที่จะลดความเสียหาย หรือบรรเทาความเสียหายอันเกิดจากความเสียหายของรถยนต์ที่ดีที่สุดคือ "การประกันภัย" ดังนั้นการทำประกันภัยจึงเข้ามามีบทบาทในการเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น เพื่อป้องกันความสูญเสียที่ไม่คาดคิดทั้งชีวิตและทรัพย์สินภายใต้การกำกับดูแลของ "กรมการประกันภัย" ให้ประชาชนได้รับความเป็นธรรม สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทประกันวินาศภัยที่ได้รับอนุญาตในปัจจุบันมีทั้งหมดกว่า 70 บริษัท อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการประกันภัย ที่จะปกป้องคุ้มครองดูแลสิทธิประโยชน์ของประชาชน และผู้เอาประกันภัย

ตารางที่ 1 อัตราการเกิดอุบัติเหตุจราจรทางบก

| ปี                     | 2554   | 2555   | 2556   | 2557   |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|
| จำนวนอุบัติเหตุ(ครั้ง) | 20.04% | 21.62% | 21.97% | 23.06% |
| บาดเจ็บ(คน)            | 19.88% | 21.72% | 21.95% | 23.20% |
| เสียชีวิต(คน)          | 0.17%  | 0.17%  | 0.16%  | 0.21%  |
| รวมบาดเจ็บและเสียชีวิต | 19.90% | 21.70% | 21.93% | 23.23% |

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางที่ 1 พบว่าจำนวนอุบัติเหตุ บาดเจ็บ และเสียชีวิต จากอุบัติเหตุจราจรทางบก มีแนวโน้มมากขึ้นทุกปี นอกจากนี้ยังพิจารณาจากจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 คนที่จดทะเบียนใหม่จากสำนักงานขนส่งกรุงเทพมหานครเขตพื้นที่ 5 ดังแสดงในตารางที่ 2 จะพบว่าเมื่อเทียบระหว่างปี 2556 – 2557 พบว่าการจดทะเบียนใหม่ลดลง แต่เมื่อพิจารณาจากจำนวนอุบัติเหตุ บาดเจ็บและเสียชีวิต แล้วมีอัตราเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในอนาคตปริมาณรถยนต์จะเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของประชาชน และการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2 สถิติจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 คนที่จดทะเบียนใหม่จากสำนักงานขนส่งกรุงเทพมหานครเขตพื้นที่ 5

| ปี            | 2557    | 2556    | 2555    | 2554    |
|---------------|---------|---------|---------|---------|
| กรุงเทพมหานคร | 305,233 | 456,513 | 451,651 | 286,590 |

ที่มา : กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน

การประกันภัยรถยนต์แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การประกันภัยรถยนต์โดยข้อบังคับแห่งกฎหมาย (พ.ร.บ.) และการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยการประกันภัยรถยนต์โดยข้อบังคับ

แห่งกฎหมาย (พ.ร.บ.) คือกฎหมายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นโดยบังคับให้รถทุกชนิดต้องทำ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 จะคุ้มครองความเสียหายที่เกิดกับชีวิตและร่างกายของผู้ประสบภัยเท่านั้นแต่ไม่รวมความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สิน ส่วนการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เป็นการทำประกันภัยรถที่กฎหมายไม่ได้บังคับให้ทำ แต่การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจะคุ้มครองถึงชีวิตและทรัพย์สินของผู้เอาประกันด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วว่ารัฐบาลได้กำหนดให้รถทุกชนิดต้องทำ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 (พ.ร.บ.) ทำให้ธุรกิจประกันภัยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยบริษัทประกันวินาศภัยที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในราชอาณาจักร และจดทะเบียนกับกรมประกันภัยนี้มีอยู่มากมายหลายบริษัท ทำให้เกิดการแข่งขัน ส่งผลให้แต่ละบริษัทจำเป็นต้องหันมาสนใจต่อการพัฒนาสินค้าและบริการของตน ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบและกระบวนการในการดำเนินงานตลอดจนพัฒนาองค์กร

จากสถิติจำนวนอุบัติเหตุ จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีรวมทั้งแนวโน้มธุรกิจประกันภัยรถยนต์ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย และนำผลวิจัยไปพัฒนาและส่งเสริมการขยายงานด้านธุรกิจประกันภัยให้เข้าถึงผู้เอาประกันภัยได้มากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะโดยทั่วไปที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ
- 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดของลักษณะโดยทั่วไปที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป
- 4) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย (ธานินทร์, 2557: 50) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

และดำเนินการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน ตัวแปรที่ใช้การศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ สถานภาพทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างเดือน สิงหาคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2558

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์ ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็น คำร้อยละ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ใช้ วิธีการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับความขัดแย้งและการจัดการ ตามแนวของลิเกิร์ต (Likert) 4) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-End) ใช้วิเคราะห์ด้านเนื้อหาแล้วเรียบเรียงออกมาเป็น ความถี่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่ความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัคร ใจจำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ t-test และใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่า ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

การเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1) ทำการค้นคว้าจากตำรา งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาสังเกต ประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เพื่อเป็นข้อมูล ประกอบการศึกษาในเรื่องที่ผู้วิจัยศึกษา 2) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพแล้วไปเก็บ รวบรวมข้อมูล 3) ทำการรับตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการแจก แบบสอบถามให้กับผู้ที่เคยเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 4) นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการ ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโดยโปรแกรม สำเร็จรูป

## ผลการวิจัย

สรุปได้ดังนี้คือ

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.25 ด้านอายุส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.25 ด้านสถานภาพส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 45.75 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็น ร้อยละ 54.25 ด้านอาชีพส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 51.50 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,000 บาทคิดเป็น ร้อยละ 38.75

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทรถยนต์ที่ใช้น้ำมันมากที่สุดคือ ประเภทรถยนต์ญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 85.25 ขนาดของเครื่องยนต์ในรถยนต์ที่ใช้น้ำมันมากที่สุดคือ ขนาดไม่เกิน 1,600 ซีซีคิดเป็นร้อยละ 41.25 ระยะเวลาการใช้รถยนต์มากที่สุดได้แก่ 5-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 45.75 ความถี่ในการใช้รถยนต์มากที่สุด ได้แก่ 5-7 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 55.00 ความเร็วในการขับขี่โดยเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ 80 - 100 กม./ชม.คิดเป็นร้อยละ 55.50 ประเภทของสนใจกรมธรรม์ที่สนใจมากที่สุดได้แก่ ประเภท 1 คิดเป็นร้อยละ 59.50 เหตุผลที่ทำประกันภัยมากที่สุดคือ เห็นความสำคัญของการทำประกันภัยคิดเป็นร้อยละ 47.25 ช่องทางการซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์มากที่สุดคือ ตัวแทนของบริษัทใดบริษัทหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 44.00 เหตุผลที่เลือกทำประกันภัยกับบริษัทมากที่สุดคือ เงื่อนไขความคุ้มครองคิดเป็นร้อยละ 33.58 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยมากที่สุดคือ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองคิดเป็นร้อยละ 54.64 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์มากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 32.00 สถานที่ที่นิยมชมรมมากที่สุดคือ ชมรมศูนย์บริการคิดเป็นร้อยละ 56.39 วิธีการชำระเงินที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดคือ ชำระผ่านธนาคารเข้าบริษัทประกันภัยโดยตรงคิดเป็นร้อยละ 39.85

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

ผลการวิจัยพบว่าภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 4.28

ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยประกันภัยเมื่อเทียบกับความคุ้มครองมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 4.11



ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าเบี้ยประกันผ่านทาง สาขานาการและจุดชำระเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ทุกแห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.13

ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.11 มีเพียงการให้ของแถมหรือของชำร่วย เมื่อซื้อกรมธรรม์ประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 3.49 และกิจกรรมของบริษัทประกันภัยรถยนต์ระหว่าง การให้ความคุ้มครอง คิดเป็นร้อยละ 3.40

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลักษณะโดยทั่วไปที่มีความสัมพันธ์ต่อการ เลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเพศ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 รายการ ได้แก่ ขนาดของเครื่องยนต์ในรถยนต์ที่ท่านขับ บ่อยที่สุด ระยะเวลาในการใช้รถยนต์ ความเร็วเฉลี่ยในการขับรถยนต์ ประเภทกรมธรรม์ที่ท่านสนใจ ซื้อกรมธรรม์ผ่านช่องทางใด บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และ นิยมที่จะซ่อมรถที่ใดมากที่สุด

ด้านอายุ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 9 รายการ ได้แก่ ใช้รถยนต์ประเภทใดเป็นหลัก ระยะเวลาใน การใช้รถยนต์ ความถี่ในการ ใช้รถยนต์ ประเภทกรมธรรม์ที่สนใจ เหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่เลือก ประกันภัยกับบริษัท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ แหล่งข้อมูลใน การทำประกันภัย และวิธีการชำระเงิน

ด้านสถานภาพ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 11 รายการได้แก่ ใช้รถยนต์ประเภทใดเป็นหลัก ขนาด ของเครื่องยนต์ในรถยนต์ที่ท่านขับบ่อยที่สุด ระยะเวลาในการใช้รถยนต์ ความเร็วเฉลี่ยในการขับ รยนต์ ประเภทกรมธรรม์ที่สนใจ ทำประกันภัยรถยนต์เพราะเหตุใด ซื้อกรมธรรม์ผ่านช่องทางใด เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เลือกประกันภัยกับบริษัท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ประกันภัยรถยนต์ แหล่งข้อมูลในการทำประกันภัย และนิยมที่จะซ่อมรถที่ใดมากที่สุด

ด้านระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์ กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 รายการ ได้แก่ ใช้รถยนต์ประเภทใดเป็นหลัก ระยะเวลาในการใช้รถยนต์ ประเภทกรมธรรม์ที่สนใจ ทำประกันภัยรถยนต์เพราะเหตุใด บุคคลที่มี อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ของท่าน แหล่งข้อมูลในการทำประกันภัย และ นิยมที่จะซ่อมรถที่ใดมากที่สุด



ด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 8 รายการ ได้แก่ ใ้รรถยนต์ประเภทใดเป็นหลัก ขนาดของเครื่องยนต์ในรถยนต์ที่ท่านขับบ่อยที่สุด ความเร็วเฉลี่ยในการขับซื้อรถยนต์ ประเภทกรรมธรรม์ที่สนใจซื้อกรรมธรรม์ผ่านช่องทางใดเหตุผลที่สำคัญที่สุด ที่เลือกประกันภัยกับบริษัท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ของท่าน และแหล่งข้อมูลในการทำประกันภัย

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโดยทั่วไปที่มีผลต่อการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 10 รายการ ได้แก่ ใ้รรถยนต์ประเภทใดเป็นหลัก ขนาดของเครื่องยนต์ในรถยนต์ที่ท่านขับบ่อยที่สุด ระยะเวลาในการใ้รรถยนต์ ความเร็วเฉลี่ยในการขับซื้อรถยนต์ ประเภทกรรมธรรม์ที่สนใจ ทำประกันภัยรถยนต์เพราะเหตุใด ซื้อกรรมธรรม์ผ่านช่องทางใด เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เลือกประกันภัยกับบริษัท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ของท่าน และแหล่งข้อมูลในการทำประกันภัย

5) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป

ด้านเพศ ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ บริษัทประกันภัยมีความรวดเร็วในการดำเนินการจัดการค่าสินไหมทดแทน การซ่อมรถยนต์ของอยู่ในโครงการมีประสิทธิภาพและตรงเวลา บริษัทประกันภัยดำเนินธุรกิจประกันภัยรถยนต์มายาวนาน บริษัทประกันภัยรถยนต์มีความมั่นคงทางการเงิน เบี้ยประกันในการทำประกันครั้งแรกถูกกว่าบริษัทอื่นๆ อัตราเบี้ยประกันมีความเป็นมาตรฐาน สามารถนำอัตราการใช้งานของรถมาคำนวณอัตราเบี้ยประกันได้ ขั้นตอนและกระบวนการในการติดต่อกับบริษัทที่มีความสะดวกรวดเร็ว การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ การโทรศัพท์แจ้งเตือนต่อประกันภัยก่อนประกันหมดอายุในเวลาที่เหมาะสม บริการส่งกรรมธรรม์ทางไปรษณีย์ และบริการเสริมต่อทะเบียนรถฟรี

ด้านอายุ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อได้แก่ มีบริการรับแจ้งตลอด 24 ชม. และคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ

ด้านสถานภาพ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 ข้อได้แก่ มีการรับทำประกันภัยทุกประเภท มีบริการรับแจ้งตลอด 24 ชม. มีเงื่อนไขความคุ้มครองของกรรมธรรม์ที่ชัดเจน ข้อมูลที่บริษัทนำเสนอทางเว็บไซต์มีความชัดเจน สามารถชำระเงินด้วยบัตร

เครดิต สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการมาติดต่อ และสามารถชำระค่าเบี้ยประกันผ่านทางธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ทุกแห่ง

ด้านระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 9 ข้อได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย มีบริการรับแจ้งตลอด 24 ชม. มีเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ชัดเจน บริษัทประกันภัยมีความรวดเร็วในการดำเนินการจัดการค่าสินไหมทดแทน บริษัทประกันภัยมีช่องทางเพียงพอต่อความต้องการ การซ่อมรถยนต์ของอยู่ในโครงการมีประสิทธิภาพและตรงเวลา บริษัทประกันภัยดำเนินธุรกิจประกันภัยรถยนต์มายาวนาน บริษัทประกันภัยรถยนต์มีความมั่นคงทางการเงิน และระบบ call center ของบริษัทให้ข้อมูลชัดเจนเข้าใจง่าย

ด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 ข้อได้แก่ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ กิจกรรมของบริษัทประกันภัยรถยนต์ระหว่างการให้ ความคุ้มครอง มีบริการรับแจ้งตลอด 24 ชม. บริษัทประกันภัยดำเนินธุรกิจประกันภัยรถยนต์มายาวนาน สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และอัตราเบี้ยประกันเมื่อเทียบกับความคุ้มครองมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 12 ข้อได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย มีบริการรับแจ้ง ตลอด 24 ชม. มีเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ชัดเจน บริษัทประกันภัยมีช่องทางเพียงพอต่อความต้องการ การซ่อมรถยนต์ของอยู่ในโครงการมีประสิทธิภาพและตรงเวลา บริษัทประกันภัยดำเนินธุรกิจประกันภัยรถยนต์มายาวนาน ข้อมูลที่บริษัทนำเสนอทางเว็บไซต์มีความชัดเจน เบี้ยประกันในการทำประกันครั้งแรกถูกกว่าบริษัทอื่นๆ อัตราเบี้ยประกันเมื่อเทียบกับความคุ้มครองมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ ขั้นตอนและกระบวนการในการติดต่อกับบริษัทมีความสะดวกรวดเร็ว การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์ และกิจกรรมของบริษัทประกันภัยรถยนต์ระหว่างการให้ความคุ้มครอง

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จากการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยผู้ซื้อต้องการกรมธรรม์ที่มีเงื่อนไขความคุ้มครองที่ชัดเจน รองลงมาปัจจัยด้านราคา โดยผู้ซื้อให้ความสำคัญกับอัตราเบี้ยประกันภัยเมื่อเทียบกับความคุ้มครองมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ได้รับ และปัจจัยที่น้อยที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอาจเนื่องมาจากการทำการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณา อาจจะไม่ดึงดูดให้ผู้ซื้อมีความสนใจมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลวุฒิ อุทธิยา (2555: 46-47)

จากผลการวิจัยด้านเพศ พบว่ามีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประกันภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมล แซ่ตั้ง (2553: 69-70) พบว่า เพศ มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใน จังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัยด้านอายุ พบว่าไม่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ อาจเป็นเพราะอุบัติเหตุสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมล แซ่ตั้ง (2553: 69-70) พบว่า อายุ ไม่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใน จังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัยด้านระดับการศึกษา พบว่ามีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคยังไม่มีความรู้ และความเข้าใจมากเพียงพอในเรื่องของความคุ้มครองสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรญา และ ดร.ไกรจิต (2556: 14-15) พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ (ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

## บรรณานุกรม

Yamane, Taro. (1973). *Statistics An Introductory Analysis*. Tokyo: Harper International Edition.

กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน. (2557). *รายงานสถิติจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 คนที่ขอด*

*ทะเบียนใหม่*. ค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2558, <http://apps.dlt.go.th>

กุลวุฒิ อุทธิยา. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ต่อกรมธรรม์ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน*. แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิยเชิเนสอาร์แอนด์ดี.
- วิมล แซ่ตั้ง. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใน จ.นนทบุรี**. สารนิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรญา กังพานิชกุล และ ดร.ไกรชิต สุตะเมือง. (2556). **ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ (ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลีปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **รายงานสถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรทางบกประจำปี 2558**. ค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2558, <http://service.nso.go.th>.