

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นายราเชษฎ์ บูรณสมภพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.ยุวลักษณ์ จิระกิตติการ
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	พฤษภาคม 2550

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านการซื้อบริการประกันภัยรถยนต์ของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ บริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ 2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ บริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ และ 3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจบริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ สถานภาพและระดับการศึกษา สมมติฐานในการศึกษาคือ ผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้ำของบริษัท คูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ จำนวน 640 ราย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 242 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามจำนวน 242 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 31 – 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทคูเนีย ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด ในระดับมาก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการและบริการหลังการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและบริการหลังการขาย ด้านพนักงาน

PAYAP UNIVERSITY