

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของผู้ตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย

ผู้จัดทำ : ธัญญารัตน์ พรหมจักร

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : มีนาคม 2550

จำนวนหน้า : 99 หน้า

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยรถยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 จำนวน 300 ตัวอย่าง เป็นการสุ่มแบบโควต้า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36-50 ปี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้า ในอัตราที่เท่ากัน และรถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ยี่ห้อโตโยต้า มากที่สุด โดยมี

รถยนต์ภายในครอบครัวจำนวน 1 คัน และทำประกันภัยประเภท 1 กับบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัด  
มากที่สุด เนื่องจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท เพื่อต้องการความคุ้มครองเมื่อเกิด  
อุบัติเหตุ และเลือกทำประกันภัยในช่วงก่อนครบกำหนดคุ้มครองจากบริษัทสาขา ซึ่งจะทำการ  
ตัดสินใจเลือกซื้อและเดินทางมาติดต่อกับบริษัทด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล  
(รถเก๋ง) มีพฤติกรรมการเดินทางภายในจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้  
รถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) เดินทางไปต่างจังหวัดเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งถ้ากรมธรรม์หมดอายุก็  
เลือกที่จะต่ออายุกรมธรรม์กับบริษัทเดิมต่อ เนื่องจากการให้บริการและคำแนะนำที่ดี มีความสะดวก  
รวดเร็วในด้านกระบวนการทำงานและการติดต่อพนักงาน

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัย  
ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรและพนักงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัย  
ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัย  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทำการเลือกซื้อประกันภัย  
รถยนต์ด้วยตนเอง ในช่วงก่อนครบกำหนดคุ้มครองและเลือกที่จะมาติดต่อกับบริษัทสาขา โดย  
เดินทางมาด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการประกันภัยรถยนต์จึงควรที่จะมีการแจ้งเตือนให้ลูกค้า  
ทราบถึงวันครบกำหนดอายุกรมธรรม์ก่อนล่วงหน้า เพื่อเป็นการต่อยอดในใจผู้บริโภค สถานที่ตั้ง  
ของบริษัทสาขาควรมีความโดดเด่น สะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในแหล่งชุมชนมีที่จอดรถ  
เพียงพอ ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน มีจุด  
บริการลูกค้าที่สะดวกสบาย พนักงานสามารถให้คำแนะนำ คำปรึกษาเกี่ยวกับการประกันภัยได้อย่าง  
ถูกต้อง สะดวกรวดเร็วในด้านกระบวนการให้บริการลูกค้า รวมทั้งมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่เข้ามา  
ติดต่อเองให้เหมาะสมกับการที่ลูกค้าได้เสียสละเวลาเดินทางมาติดต่อกับบริษัท