

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์
บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ที่เดอะมอลล์ สาขาบางแค

โดย : นางสาวสรัญภรณ์ เกษร

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :
(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)
..... / กรกฎาคม / 2559

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อประกันภัยบริษัทวิริยะประกันภัยรถยนต์ จำกัด มหาชน ที่เดอะมอลล์สาขาบางแค 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อตัดสินใจซื้อประกันภัยบริษัทวิริยะประกันภัยรถยนต์ จำกัด มหาชน ที่เดอะมอลล์สาขาบางแค และ 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ทำให้ซื้อประกันภัยรถยนต์จำกัด มหาชน ที่เดอะมอลล์สาขาบางแค จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-way analysis of variance) และสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุ 20-30 ปี สถานะภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ 15,001-30,000 บาท/เดือน นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขา บางแค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ

ประกันภัยรถยนต์บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ในด้านความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์บริษัทมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคาเบี้ยที่เหมาะสม ส่วนประเภทกรมธรรม์ พบว่า ประเภท 1 มากที่สุด รองลงมาคือ ประเภท 3 โดยแหล่งที่ผู้ซื้อค้นหาข้อมูลการให้บริการของประกันภัยรถยนต์ คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์มากที่สุด คือ ครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อน

ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อประกันภัยกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขา บางแค พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับ มาก ใน (1) ด้านคุณภาพการบริการ (2) ด้านราคา (3) ด้านกระบวนการให้บริการ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อประกันภัยกับบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขา บางแค จำแนกตาม อายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผู้ซื้อประกันภัยส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อมาจากความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์บริษัทเป็นอันดับแรก ฉะนั้นทางบริษัทควรรักษาคุณภาพและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้ามีให้กับบริษัทประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ และปัจจัยด้านการบริการปัจจุบันเป็นสิ่งที่มีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการบริการและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภคภักดีต่อบริษัทและยังคงเลือกที่จะซื้อประกันภัยกับบริษัทเดิม ประเภอบการควรศึกษาผู้เอาประกันว่าต้องการให้มีบริการด้านใดบ้าง และพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละประเภทเป็นอย่างไร และจำแนกกลุ่มตามลักษณะของการประกันภัยรถยนต์ เพื่อให้ง่ายต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

Abstract

Research Title : Buying Decision The Viriyah car Insurance Company Limited
at The Mall Bangkae Branch

Researcher : Miss Sarunporn Kaysorn

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor : Rungroje Songsraboon
(Dr. Rungroje Songsraboon)
10 / July / 2016

The objectives of the research are 1) to study demographic characteristics of customer who buy the car insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch 2) to study the customer's behavior who decide to purchase the car insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch and 3) study the reasons that make the customer choose to apply for the car insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch. The samples used for this study are 400. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used One-way ANOVA and Chi-square.

The results of the study showed that most consumers are female, aged between 21-30 years, most of them were married, hold bachelor degree, worked in private company, earned between 15,001-30,000 Baht. The analyze of the customer's behavior who bought the car insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch, it was found that the customer decided to purchase the car insurance from Viriyah public company limited because they trust the most in the brand image of company, the subordinate reason is the appropriate price for insurance

was fee, The major sources of the insurance information and service's detail were found on internet and billboard and the most important person who has the influence on the buying decision of the customers is family. Friend is the subordinate choice

Based on the satisfaction of the customer who chose to buy the insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch, the first category which is most satisfied is the quality of the service. The price and the process of the service are coming after respectively After the assumption was tested, it showed that the different type of demography affects the satisfaction of the customers who buy the insurance from Viriyah public company limited, Bangkae branch classify by the aged difference significantly (0.05).

Referring to the research, the most significant reason which makes the customers decide to buy the insurance is the trust in brand image. Therefore, the company should keep the quality of the service and the trust of the customer steadily. Moreover, service is the essential element that has very high competition. Hence, the company has to focus on the service and make the customer's relationship for making the customer's royalty and influence them to keep purchasing the insurance from the same company.

In conclusion, the company should learn that what the customers need the company to improve. Furthermore, the customer's behavior is also very critical because the different type of buying behavior has the different satisfactions to reach. Finally, the type of the car's insurances should be separated clearly to make the future product easily to develop.