



# การประชุมวิชาการระดับชาติ

โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ  
ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุม  
วิชาการระดับชาติ “การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน  
ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุค Thailand 4.0”



15<sup>th</sup> Anniversary  
Faculty of Management Science  
Silpakorn University



รายงาน  
ประชุมวิชาการ  
Proceeding

หนังสือรวม  
บทความวิจัย

บทความ  
ทางวิชาการ



โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ  
ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2

และการประชุมวิชาการระดับชาติ

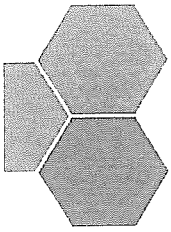
“การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อน  
ประเทศสู่ยุค Thailand 4.0”

ระหว่างวันที่ 19 – 21 เมษายน พ.ศ. 2561

ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน อำเภอชะอำ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



กับผู้ประกอบการตลาดซีเคต้า	349
ห้อง Khao Wang 1 ห้องปริญญาตรี 5 การจัดการภาครัฐและเอกชน	360
ปิยาทิพย์ นิยมศักดิ์ และณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล / ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อรถยนต์ของประชาชน กรณีศึกษา เขตอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี	361
รังสิมันต์ ประพฤติกิจ และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / การเปรียบเทียบความสำเร็จ ในการทำงานของผู้ประกอบการขนาดเล็กในห้างสรรพสินค้าบลูพอร์ตหัวหิน กับผู้ประกอบการในตลาดซีเคต้าหัวหิน	374
ณัฐนรี เจียมดี และธิดาทิพย์ ปานโรจน์ / ความจำเป็นในการพัฒนาตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์ตาลโตนด อำเภอ บ้านลาด จังหวัด เพชรบุรี	387
ภาณุรัฐ ภู่มร และณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล / ความรู้เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของบุคลากรในโรงพยาบาลรัฐ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี	400
สุทธภา ทิลาประจวบ และธิดาทิพย์ ปานโรจน์ / การสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า ให้กับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี	413
บุญยวีร์ ศิริวัฒน์ และธิดาทิพย์ ปานโรจน์ / พลวัตและการดำรงอยู่ของผลิตภัณฑ์ ตาลโตนดในชุมชน อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี	423
ห้อง Huay Sai 1 ห้องปริญญาตรี 6 การจัดการภาครัฐและเอกชน	433
สโรชา คำสวด และณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล / ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ขับขี่รถยนต์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	434
ณัฐชา เจริญผล และอิสราภรณ์ ทนุผล / การศึกษาโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรม มะพร้าวขาวในพื้นที่ตำบลบางยี่รงค์ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม	449
พิชามญชู่ ฤกษ์ศิลป์ และอิสราภรณ์ ทนุผล / ผลกระทบจากการจ้างแรงงานต่างด้าว ที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุนธุรกิจการเกษตรในพื้นที่ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	462
เจนจิรา มีจันทร์ และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / การจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของวัดห้วยมงคล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	472
นวรรตน์ มาตระกูล และธนิษฐ์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ / วัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่มี ความสัมพันธ์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	482



## การประชุมวิชาการระดับชาติ

โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุมวิชาการระดับชาติ "การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุค Thailand 4.0"



คำสั่ง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ ๑๑ / 2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถ้อยแถลงบทความวิชาการ (Peer Review)

โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ

ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุมวิชาการระดับชาติ

"การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุค Thailand 4.0"

ด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรและเครือข่ายทางวิชาการ 6 สถาบัน กำหนดจัดให้มีโครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุมวิชาการระดับชาติ หัวข้อ "การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุค Thailand 4.0" ในวันที่ 19 – 21 เมษายน 2561 ณ โรงแรมดุสิตธานีหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี โดยจะมีการนำเสนอผลงานทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษาและบุคลากรจากทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพและมีคุณสมบัติเหมาะสมตามเกณฑ์ในการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถ้อยแถลงบทความวิชาการ (Peer Review) เพื่อพิจารณาผลงานดังกล่าว ดังมีรายนามต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ

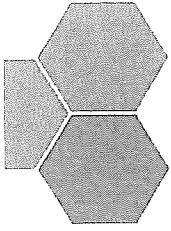
- |   |   |
|---|---|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ไพฑูริย์ ช่างเรียน      | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา             | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม รัฐอมฤต                   | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ชนันทิรา ณ ถลาง                | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์          |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์               | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์               | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.วนิดา สัจพันโรจน์              | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 8. รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.เอกวิทย์ มณีธรร  | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยันต์ รัชชกุล                | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.สุพัศรา วรรมสืบเชื้อ          | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ ชีระมณี              | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 12. รองศาสตราจารย์พรชัย เทพปัญญา                    | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจร           | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล    | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีดา กมลเวช              | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์          |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจร           | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนันท์รัฐ รัตนหงส์กัญญา   | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร        |



ผู้ทรงคุณวุฒิภายในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ

- |  |  |
|--|--|
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทัก       | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ก้องเกียรติ   | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                   |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ จันทร์แดง      | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา          |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา พิจิตปัจจจา       | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พฤดี หงษ์ตระกูล        | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง       | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพสิฐ ภูจินาพันธ์      | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.พิริตพันธ์ บริพัตร | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                   |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มวัลลภี บุญมีศรีสง่า   | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาลินี คุ้มสุภา        | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์    | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรภา ศุทธิรินทร์       | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พจนวาท           | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ อิศระชัยยศ     | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                   |
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว   | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ดีเลิศ         | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา         | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถสิทธิ์ พานแก้ว     | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                   |
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล        | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกพิชญ์ ชินะชาย       | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จอมภัก คลังระหัด          | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร     | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนันท หอมสุต             | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 42. อาจารย์ ดร.จันทนา สุทธิจारी                  | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 43. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ                   | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 44. อาจารย์ ดร.เจตศักดิ์ ดวงสงค์                 | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |
| 45. อาจารย์ ดร.ถนัดทิพย์ ชัยฉกรรจ                | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา          |
| 46. อาจารย์ ดร.ชนินทร์ เพ็ญสุตร                  | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 47. อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคระถวิษา                | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 48. อาจารย์ ดร.ชัชณพงศ์ ศิริโชคนิศากร            | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 49. อาจารย์ ดร.พิพรรธณ กำศิริมงคล                | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 50. อาจารย์ ดร.นนท์ น้าประทานสุข                 | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |
| 51. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์                  | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 52. อาจารย์ ดร.ปิยะวดี โรหิตารุข                 | คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา          |
| 53. อาจารย์ ดร.พนัษกร ลิมะขจรบุญ                 | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 54. อาจารย์ ดร.ภักดิ์นันท์ พ่วงเดือน             | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา           |
| 55. อาจารย์ ดร.วีรวัฒน์ แพทย์สมาน                | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 56. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทะกุล                | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 57. อาจารย์ ดร.จุฑาชล นันทวารักษ์                | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |





## การประชุมวิชาการระดับชาติ

โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุมวิชาการระดับชาติ "การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0"

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ

- |  |  |
|--|--|
| 58. อาจารย์ ดร.วรงค์ ตรีการศิรินันท์     | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 59. อาจารย์ ดร.วิระ หวังสังจะโชค         | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา           |
| 60. อาจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์    | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 61. อาจารย์ ดร.สรวรยา ธรรมอภิพล          | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 62. อาจารย์ ดร.อนุรัตน์ อนันท์มาธร       | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา           |
| 63. อาจารย์ ดร.อรรั้งภา ไวยมุกช          | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา           |
| 64. อาจารย์ ดร.อัศรายุทธ เสมอมนี         | วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้               |
| 65. อาจารย์ ดร.อุดมโชค อาชาวิมลกิจ       | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 66. อาจารย์ พันตำรวจโท ดร.ไวพจน์ กุลาชัย | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา           |
| 67. อาจารย์ธฤตญู รอดรักษา                | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 68. อาจารย์นาถยา อยู่คง                  | คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร                    |
| 69. อาจารย์มานิตา หุสสวัสดิ์             | คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 70. อาจารย์รัชกร วชิรสิโรตม              | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 71. อาจารย์วรพล พิณิจ                    | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |
| 72. อาจารย์สุรภักดิ์ พิไชยแพทย์          | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร                 |

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ

- |   |  |
|---|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรหิรัญ          | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล                                |
| 2. รองศาสตราจารย์ พ.ต.อ. ดร.นพรุจ ศักดิ์ศิริ      | คณะสังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ  |
| 3. รองศาสตราจารย์ ธโรธร คุ้มทองคำ                 | สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช                               |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา พรธนะราย           | คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม เพ็ญภินันท์         | คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย   |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพล ยงศรี              | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                                    |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ใจจริง             | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา                     |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ติณนารถ บุญธรรม          | คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย   |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนศักดิ์ สายจำปา         | สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช                               |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ มณีกาญจน์          | คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                                    |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จันทร์โรจน์กิจ   | คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย   |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญา ชูมาเสียว        | คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง   |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญานันท์ นักฟ่อน     | คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                                    |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทร์ พลอยแหวน          | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล                                |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพงศ์ ลิลาภิกโขส     | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                             |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทร์พรหม    | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร                         |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ วีจิตรพิชชาภรณ์ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงษ์    | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล                                |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ จันทร์เพชร      | คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง            |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรดา นิยมภา           | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาชว์ภูริชญ์ น้อมเนียน  | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล                                |



ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ

- |  |   |
|--|---|
| 22. อาจารย์ ดร.ภรณ์นิการ์ สุวรรณศรี      | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม          |
| 23. อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รัชชาติเจริญ        | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล                  |
| 24. อาจารย์ ดร.ไชยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง | คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์                         |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิรันต์ ชินโชติ           | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง             |
| 26. อาจารย์ ดร.วิชาญ จุลหริภัก           | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ                |
| 27. อาจารย์ ดร.เสีบบงศ์ กาหวงศ           | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร          |
| 28. อาจารย์ ดร.สุจิตรา เขียวศรี          | วิทยาการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล                           |
| 29. อาจารย์ ดร.สุระมงคล นิมจิตต          | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี           |
| 30. ดร.จิรภิญญา สันนิภางกุล              | สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร                                   |
| 31. ดร.ลลิตีกรณ์ ยาวีไชย                 | คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล                 |
| 32. ดร.ประสิทธิ์ เขียวศรี                | สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ |
| 33. ดร.พิทักษ์ ปีกพานนท์                 | นักวิชาการอิสระ   |
| 34. ดร.รัชนิภา สายอุบล                   | สำนักงบประมาณ กระทรวงการคลัง                                  |
| 35. ดร.ศรวิชา กฤดาธิการ                  | นักวิชาการอิสระ   |
| 36. ดร.สุพิตดา ไพบูลย์วงศ์สกุล           | ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม                |
| 37. ดร.อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิณ          | เทศบาลเมืองสมุทรสงคราม  |
| 38. อาจารย์เทิดศักดิ์ ทองแย้ม            | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี        |
| 39. อาจารย์รัตนากร นามวงษ์               | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม          |
| 40. อาจารย์วัลย์ลักษณ์ อมรสิริหงศ        | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม          |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๗ มีนาคม พ.ศ. 2561

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ใน  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

FACTORS OF AFFECTING THAT PURCHASE DECISIONS TO BUY VOLUNTARY MOTOR  
INSURANCE POLICY FIRST TYPE IN PERIMETER AREA AND BANGKOK

สโรชา คำสด

Sarocha Kamsod

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล

Asst. Prof. Dr. Nathapat Aphiwatpisan

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Department of General Business Management, Faculty of Management Science, Sripakorn University

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Head of General Business Management, Faculty of Management Science, Sripakorn University

Corresponding Author

E-mail: sarocha2312@gmail.com

nathapat@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

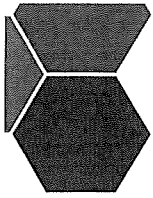
งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 กับ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับ 1 และ บริษัท ไทยวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับ 2 โดยส่วนใหญ่ซื้อผ่านตัวแทน/นายหน้า เหตุผลที่ซื้อเพราะทราบถึงประโยชน์ของความคุ้มครองและต้องการรับบริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุ จ่ายค่าเบี้ยอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท1 ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This research was quantitative research. The purposes of this quantitative research were to study about the factors of affecting that purchase decisions to buy voluntary motor insurance policy first type in perimeter area and Bangkok. The sample was 400 peoples by used questionnaires to collected data and analyzes data using frequency, percentage, mean and standard deviation. The results were shown as follows. 1) the most of sample are females at the age of between 20-30, bachelor degree graduated, private company employees, monthly income between 15,000-30,000 baht and living in Bangkok. 2) the most of sample chooses voluntary motor insurance policy first type with Viriyah Insurance Public Company Limited is the first and Thai Vivat Company Limited is the second, the most way that buys is by Agent or Broker, The most popular reason is understand the benefits of preserve and how to get services when get an accident, pay insurance premium





of sample between 10,001-15,000 baht 3) The marketing mix in the product category affecting that purchase decisions to buy voluntary motor insurance policy first type in perimeter area and Bangkok was found are to be the highest.

Keywords: Purchase decisions Voluntary motor insurance policy first type Market mix

### บทสรุปงานวิจัย

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันรถยนต์ได้มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากกับการเดินทางในชีวิตประจำวัน นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่ห้าสำหรับหลายๆ คน เพราะช่วยให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ที่เอาไว้ใช้ส่วนบุคคล หรือนำไปประกอบอาชีพต่างๆ (ปานตา ฉัตรมาศ, 2555) จึงทำให้รถยนต์บนท้องถนนมีมากขึ้นทุกปี ดูได้จากสถิติรถที่จดทะเบียนสะสมทั่วประเทศในปี 2559 มีจำนวน 37,338,139 คัน และในปี 2558 จำนวน 36,731,023 คัน จะเห็นได้ว่ามีรถที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้น 607,116 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2560) และเนื่องด้วยจำนวนรถที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด และเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน สาเหตุมักเกิดจากความประมาท ไม่เคารพกฎจราจร และไม่ตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้อื่น (Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd., 2559)

เนื่องจากอุบัติเหตุเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อและเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ มนุษย์เราจึงได้พยายามหาทางป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น ไม่ใช้โทรศัพท์ขณะขับรถ ไม่ขับรถเร็วเกินไป เปิดไฟให้สัญญาณ เมาไม่ขับ คาดเข็มขัดนิรภัย นำรถเข้าศูนย์ ขับรถในเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น (DirectAsia.com, 2561) หรือพยายามจัดการกับความเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์นั่นก็คือ การประกันภัย ดังนั้นการประกันภัยรถยนต์จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคม รัฐจึงได้ออกกฎหมายที่กำหนดให้รถทุกคันที่จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบกต้องทำประกันภัยรถภาคบังคับ หรือที่เรียกกันว่า “ประกันภัย พ.ร.บ.” คือ การทำประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.), 2560) เพื่อคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกาย หรืออนามัย ของบุคคลผู้ประสบภัยจากรถ โดยไม่รวมค่าเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สิน จึงทำให้ผู้ขับขี่ที่มีความต้องการได้รับความคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นที่ครอบคลุมขึ้น จึงเลือกจะทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ที่จะช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ (กนกวรรณ งามนันท, 2559)

การประกันภัยรถยนต์เป็นส่วนหนึ่งของประกันวินาศภัย ประกันภัยรถยนต์นั้นแบ่งเป็น การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ และการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ซึ่งประเภทกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจำแนกออกเป็น 5 ประเภทหลัก คือ กรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 1 กรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 2 และกรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 3 กรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 4 และกรรมธรรม์ประกันภัยประเภท 5 (บ้าน VRMITTARE NETWORK, 2560) โดยประกันภัยประเภท 1 นั้นจะให้ความคุ้มครองต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอกและผู้โดยสารในรถ รวมถึงทรัพย์สินบุคคลภายนอก ความเสียหายของตัวรถยนต์ ความสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์ ความเสียหายต่อตัวรถยนต์คันเอาประกันภัย หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า คุ้มครองทุกกรณี การชดใช้ค่าเสียหายจะขึ้นอยู่กับทุนของประกันภัยนั้นๆ (วิริยะประกันภัย, 2555) ตลาดประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง เพราะรถยนต์เป็นสิ่งที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ผู้บริโภคยังคงมีความต้องการในรถยนต์ อีกทั้งการทำประกันภัยรถยนต์ให้ความคุ้มครองเพียง 1 ปีเท่านั้น จึงทำให้ต้องมีการต่ออายุกรรมธรรม์อยู่เป็นประจำทุกปี ดังนั้นในระยะยาวความต้องการในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของทั้งรถยนต์ใหม่และเก่ายังมีอยู่ตลอด ส่งผลให้มูลค่าตลาดประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต และยังคงเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจต่อไป (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2558)

ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำมาศึกษาให้ทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุง พัฒนา แก้ไข เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์

สมาคมประกันวินาศภัยไทย (2559) กล่าวว่า การประกันภัยรถยนต์ คือ การประกันความเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์ โดยการประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2536 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคุ้มครองผู้ได้รับอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรืออนามัยของผู้ประสบภัย เนื่องจากรถที่ใช้หรืออยู่ในทางหรือเนื่องจากสิ่งที่ยกหรือติดตั้งในรถคันนั้น นอกจากนี้ยังมีการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองได้หลายรูปแบบตามความต้องการ

คณะอนุกรรมการส่งเสริมการประกันภัย (2550) และ สมาคมประกันวินาศภัยไทย (2559) กล่าวว่า การประกันภัยรถยนต์มี 2 ประเภทหลักๆคือ

1. การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หมายถึง การที่เจ้าของรถแต่ละคนต้องทำประกันภัยรถยนต์ตามความคุ้มครองที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535

การประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ หรือเรียกสั้นๆว่า “การประกันภัย พ.ร.บ.” เป็นการกำหนดให้เจ้าของรถทุกคันต้องทำประกันภัย พ.ร.บ. และใช้เป็นหลักฐานในการต่อทะเบียนรถ มิฉะนั้นจะมีโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท ถ้าเจ้าของรถคันใดไม่จัดการทำประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ กรมการขนส่งทางบกจะไม่รับจดทะเบียนให้

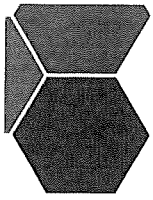
2. การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หมายถึง การที่เจ้าของรถแต่ละคนตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของตนด้วยความสมัครใจเอง เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวรถและ/หรือความรับผิดตามกฎหมายที่อาจจะเกิดขึ้นในกรณีที่ขับรถไปเฉี่ยวชนรถ ทรัพย์สิน หรือบุคคลอื่นได้รับความเสียหาย บาดเจ็บหรือเสียชีวิต เป็นต้น การประกันภัยภาคสมัครใจ สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้

2.1. การประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ให้ความคุ้มครองมากกว่าประเภทอื่นๆ โดยมีการคุ้มครองหลักๆ ดังนี้

2.1.1. คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก เฉพาะส่วนที่เกินวงเงินสูงสุดตามการประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) และความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

2.1.2. คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ที่เอาประกันภัยจากอุบัติเหตุต่างๆ เช่น ประตุได้รับความเสียหายจากการถูกเฉี่ยวชน ฝากระโปรงหน้าถูกขีดเป็นรอย ต้นไม้ล้มใส่หลังคารถ เป็นต้น

2.1.3 คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ที่เอาประกันภัยสูญหายหรือไฟไหม้เสียหาย



15<sup>th</sup> Anniversary  
Faculty of Management & Business  
Sakon Nakhon University

2.2. การประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 ให้ความคุ้มครองน้อยกว่าประเภท 1 เล็กน้อย โดยมีการคุ้มครองหลักๆ ดังนี้

2.2.1. คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก เฉพาะส่วนที่เกินวงเงินสูงสุดตามประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) และความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

2.2.2 คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ที่เอาประกันภัยสูญหายหรือไฟไหม้เสียหายบางส่วนหรือทั้งคัน

2.3. การประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 ให้ความคุ้มครองน้อยกว่าประเภท 1 และ 2 โดยมีการคุ้มครองเฉพาะความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ดังนี้

2.3.1. คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของบุคคลภายนอก เฉพาะส่วนที่เกินวงเงินสูงสุดตามประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) และ ความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

2.4. การประกันภัยรถยนต์ประเภท 4 ให้ความคุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกเท่านั้น ผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อเป็นผู้ที่ตระหนักว่าตนได้ทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) ไว้แล้ว ตนจะได้รับการคุ้มครองความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรือ อนามัยของบุคคลภายนอกภายในวงเงินที่กำหนดไว้ในประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) ซึ่งน่าจะเพียงพอแล้ว

2.5. การประกันภัยรถยนต์ประเภท 5 การประกันภัยรถยนต์แบบคุ้มครองเฉพาะภัย หรือที่เรียกกันว่าการประกันรถยนต์ประเภท 5 ซึ่งเปิดความคุ้มครองให้แต่ละบริษัทประกันวินาศภัยสามารถเลือกขยายความคุ้มครองได้ โดยกำหนดบังคับให้ทุกกรมธรรม์ประกันภัยต้องมีความคุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอกเป็นความคุ้มครองขั้นต่ำ ในปัจจุบันมีแบบประกันภัยที่เป็นที่นิยม 2 แบบ คือ

ก. แบบที่ขยายความคุ้มครองเพิ่มขึ้นจากการประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 ซึ่งเรียกกันทั่วไปว่า 2+ ให้ความคุ้มครองคล้ายคลึงประเภท 2 และเพิ่มความเสียหายต่อตัวรถยนต์ในจำนวนเงินที่จำกัด อันเนื่องมาจากการชนกับยานพาหนะทางบกและต้องมีคู่อุบัติเท่านั้น

ข. แบบที่ขยายความคุ้มครองเพิ่มขึ้นจากการประกันภัยรถยนต์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 ซึ่งเรียกกันทั่วไปว่า 3+ ให้ความคุ้มครองคล้ายคลึงประเภท 3 และเพิ่มความเสียหายต่อตัวรถยนต์ในจำนวนเงินที่จำกัด อันเนื่องมาจากการชนกับยานพาหนะทางบกและต้องมีคู่อุบัติเท่านั้น

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps)

Armstrong, Adam, Denize, and Kotler (2012, p.75) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ส่วนประสมทางการตลาด” ไว้ว่า เป็นชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้เป็นยุทธวิธีที่ผสมผสานการปัจจัยด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

สุตาพร กุณฺทลบุตร (2557) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมกันระหว่าง ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และราคา ที่ถูกออกแบบเพื่อความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาดเป้าหมาย



ภาวีนี กาญจนภา (2558) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยนักการตลาด และสามารถมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถถูกนำมาใช้โดยนักการตลาดเพื่อสร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคหรือที่ถูกเรียกว่า 7Ps (Blythe, Jim, 2013) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคใช้คุณลักษณะ รูปลักษณ์ หรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจซื้อ นักการตลาดสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในเวลาที่ต้องการ โดยไม่สร้างความคาดหวังที่เกินจริงแก่ผู้บริโภค

2. ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคทำการจ่ายชำระเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และหมายความรวมถึงต้นทุนทั้งหลายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคอันเป็นผลมาจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3. สถานที่ (Place) สถานที่ที่เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเพื่อทำการซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่หรือร้านค้าที่สะดวกต่อการไปเยี่ยมชมเยียนของผู้บริโภคจะก่อให้เกิดการซื้อได้ง่าย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือ 4 ประการเพื่อการส่งเสริมการตลาดคือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน เป็นต้น และเกิดประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยผ่านการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากสื่อต่างๆ ที่นักการตลาดนำเสนอเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรธุรกิจ

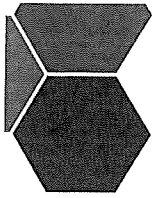
5. บุคคล (People) หมายถึง บุคลากรต่างๆ ที่ทำหน้าที่อยู่ภายในองค์กร หรือบุคคลผู้ทำหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ทันตแพทย์ ผู้จัดการอาวุโส พนักงานขาย เป็นต้น บุคลากรเหล่านี้มีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความจำเป็น หรือความต้องการของลูกค้า และพฤติกรรมซื้อของผู้ที่เป็นลูกค้าขององค์กรธุรกิจ

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง กรรมวิธีการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การซื้อของลูกค้า รวมถึงแนวโน้มที่ลูกค้าจะทำการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร องค์กรธุรกิจอาจนำเสนออาหารในลักษณะของการจำหน่ายอาหารจานด่วน ซึ่งลูกค้าสามารถได้รับบริการอาหารภายในระยะเวลาอันสั้น หรือการจำหน่ายอาหารโดยลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการเสิร์ฟอาหารจากพนักงานในรูปแบบของภัตตาคาร เป็นต้น

7. ลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพมักจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ลูกค้ารู้สึกจากการได้รับบริการของร้านค้า เช่น บรรยากาศสภาพแวดล้อมของร้านค้า เป็นต้น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญจมาศ เขียววิชัย (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 52.75) อายุระหว่าง 28-37 ปี (ร้อยละ 45.75) สถานภาพโสด (ร้อยละ 79) การศึกษาตั้งแต่ต่ำกว่าปริญญาตรี(ร้อยละ 12.50) ถึงสูงกว่าปริญญาตรี(ร้อยละ 20.75) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 67.50) มีรายได้เฉลี่ย 15,000-30,000 บาท (ร้อยละ 47.75) อายุรถที่ใช้งาน 1-7 ปี (ร้อยละ 65.50) ประกันภาคสมัครใจที่ใช้กันมากที่สุดคือประเภท 1 (ร้อยละ 69.75) ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเพราะกรรมธรรม์ใกล้หมดอายุ (ร้อยละ 92.23) เหตุผลเพราะต้องการให้ความคุ้มครองให้กับรถยนต์ของตนเอง (ร้อยละ 75) เลือกซื้อผ่านตัวแทน (ร้อยละ 45.25) งบประมาณในการเลือกซื้อประกันตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 48.50) มีระดับความคิดเห็นด้านพนักงานมากที่สุด และมีความคิดเห็นในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด กระบวนการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

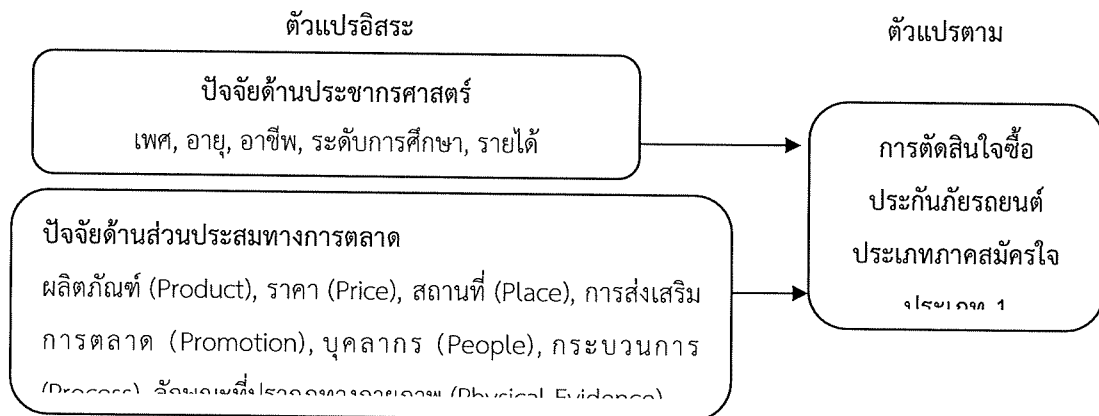


กนกวรรณ งามนันท์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.6) มีช่วงอายุ 26-33 ปี (ร้อยละ 32.4) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 62.3) รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 27.7) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 43.1) ประกันที่ถือครองมากที่สุดคือ ประกันประเภท 1 (ร้อยละ 73.30) อัตราดอกเบี้ย 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 35.40) ผ่านตัวแทน/นายหน้า (ร้อยละ 40.60) เหตุผลที่ทำให้ประกันเพราะสามารถแบ่งเบาค่าใช้จ่ายหากเกิดอุบัติเหตุ (ร้อยละ 39.20) บริษัทที่เลือกซื้อมากที่สุดคือ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน)(ร้อยละ 31.20) ส่วนใหญ่จะต่ออายุประกันจากบริษัทเดิม (ร้อยละ 88.80) เมื่อเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการระหว่างการเคลม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

วัชร ศิริโอวัฒน์ (2559) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.80) อายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 47) สถานะภาพโสด (ร้อยละ 48.8) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 61.8) รายได้ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 29.3) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 64.5) อายุการทำประกันภัยรถยนต์ 3 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66) เลือกทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 กับบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) (ร้อยละ 28.50) ซื้อประกันภัยผ่านตัวแทน/นายหน้า (ร้อยละ 45) ค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 อยู่ในช่วง 15,001-17,000 บาท (ร้อยละ 34.3) รถยนต์ที่ทำให้ประกันภัยเป็นรถเก๋ง (ร้อยละ 66.5) ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 คือ ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 45) ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษานี้สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิด





### วิธีการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research) เก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ที่ทำงานประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตร ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด (ถ้าไม่ทราบ ให้กำหนด p = 0.5)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

e แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ของความคลาดเคลื่อน (e = 0.05)

โดยค่า P ต้องกำหนดไม่ต่ำกว่า 50% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงจะอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

โดยแทนค่าดังนี้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{(0.05)^2} = 384.16$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 ตัวอย่าง เก็บแบบสอบถามได้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 15 ตัวอย่าง

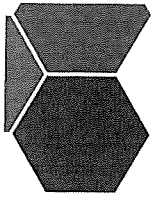
#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นจากกระบวนการศึกษาหาความรู้จากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ประกอบด้วยลักษณะคำถามปลายปิด โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บริษัทประกันภัยที่ท่านเลือกทำ ช่องทางที่ซื้อประกันภัย เหตุผลที่เลือกซื้อ และค่าเบี้ยประกัน ซึ่งเป็นคำถามที่ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งได้กำหนดการให้ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือก ดังนี้ คะแนน 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก คะแนน 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย และคะแนน 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยคำตอบ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายความว่า มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายความว่า มาก



ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายความว่า ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายความว่า น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายความว่า น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ แล้วนำมาประเมินผลวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ค่า IOC โดยกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่าสอดคล้องในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 42 ข้อ ผ่านเกณฑ์ดังกล่าว 31 ข้อ

2. คุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ทำวิจัยทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ตัวอย่างผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.957 ซึ่งแสดงว่าแบบทดสอบมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้รวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพ พร้อมเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ ได้แก่

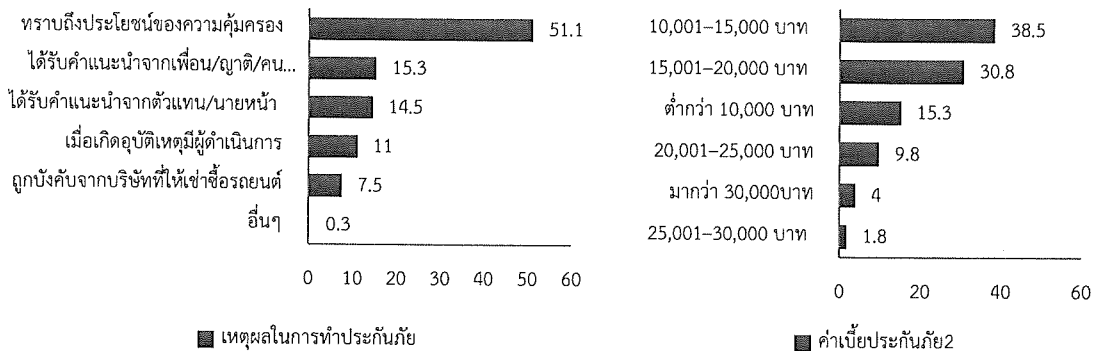
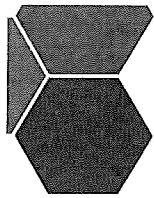
สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentages) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซึ่งเปรียบเทียบภยรถยนต์ภาคสมัครใจของกลุ่มตัวอย่างและ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเปรียบเทียบภยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประเภท 1 ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อค้นพบ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล มีผลการศึกษาดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศหญิง 228 คน (ร้อยละ 57) เพศชาย 172 คน (ร้อยละ 43) โดยส่วนใหญ่มีอายุ 20-30ปี 165 คน (ร้อยละ 41.3) 40-50ปี 100คน (ร้อยละ 25) มากกว่า30แต่ไม่เกิน40ปี 79 คน (ร้อยละ 19.8) มากกว่า50แต่ไม่เกิน60ปี 42 คน (ร้อยละ 10.5) ต่ำกว่า20ปี 7 คน (ร้อยละ 1.8) 60ปีขึ้นไป 7 คน (ร้อยละ 1.8) ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี 255 คน (ร้อยละ 63.8) ปริญญาโท 62 คน (ร้อยละ 15.5) ต่ำกว่าปริญญาตรี 61 คน(ร้อยละ 15.3) ปริญญาเอก 20 คน (ร้อยละ 5) ไม่ได้ศึกษา 2 คน (ร้อยละ 0.5) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 141 คน (ร้อยละ 35.3) ข้าราชการ 101 คน (ร้อยละ 25.3) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว 52 คน (ร้อยละ 13) รัฐวิสาหกิจ 37 คน (ร้อยละ 9.3) อาชีพอิสระ 36 คน (ร้อยละ 9) นักเรียน/นักศึกษา 28 คน (ร้อยละ 7) อื่นๆ 4 คน (ร้อยละ 1) ไม่มีอาชีพ 1 คน (ร้อยละ 0.3) ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท 181 คน (ร้อยละ 45.3) 30,001-45,000 บาท 83 คน (ร้อยละ 20.8) ต่ำกว่า15,000 บาท 51 คน (ร้อยละ 12.8) 45,001-60,000 บาท 43 คน (ร้อยละ 10.8) 75,000บาทขึ้นไป 27 คน (ร้อยละ 6.8) 60,001-75,000 บาท 15 คน (ร้อยละ 3.8) จังหวัดที่อาศัยอยู่ กรุงเทพมหานคร 192 คน (ร้อยละ 48) นนทบุรี 113 คน (ร้อยละ 28.3) ปทุมธานี 43 คน (ร้อยละ 10.8) สมุทรสาคร 20 คน (ร้อยละ 5) นครปฐม 17 คน (ร้อยละ 4.3) สมุทรปราการ 15 คน (ร้อยละ 3.8)





รูปภาพที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.3075$ , S.D. = 0.6220) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ( $\bar{x} = 4.2921$ , S.D. = 0.6644) ด้านกระบวนการ ( $\bar{x} = 4.2738$ , S.D. = 0.7093) ด้านสถานที่ ( $\bar{x} = 4.2604$ , S.D. = 0.6351) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านราคา ( $\bar{x} = 4.2004$ , S.D. = 0.6306) ด้านลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ ( $\bar{x} = 4.1000$ , S.D. = 0.6718) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 4.0825$ , S.D. = 0.6560) ตามลำดับปรากฏในตารางที่ 1 ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.3075	0.6220	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.2921	0.6644	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.2738	0.7093	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.2604	0.6351	มากที่สุด
ด้านราคา	4.2004	0.6306	มาก
ด้านลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ	4.1000	0.6718	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.0825	0.6560	มาก
รวม	4.2167	0.6556	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง เงื่อนไขความคุ้มครองของประกันภัยครอบคลุมตรงตามความต้องการ ( $\bar{x} = 4.39$ ) รองลงมาคือ บริษัทประกันมีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{x} = 4.37$ ), เงื่อนไขความคุ้มครองมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ( $\bar{x} = 4.32$ ), มีจำนวนอู่ซ่อมหรือศูนย์บริการเพียงพอต่อลูกค้าที่จะเข้า

รับบริการ (  $\bar{x} = 4.32$  ), บริษัทประกันมีชื่อเสียง (  $\bar{x} = 4.26$  ) และบริษัทมีการให้คำแนะนำลูกค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ (  $\bar{x} = 4.19$  )

ด้านบุคลากรมีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับลูกค้า (  $\bar{x} = 4.33$  ) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (  $\bar{x} = 4.32$  ), เมื่อเกิดปัญหาพนักงานมีความรู้เพียงพอในการช่วยแก้ปัญหา (  $\bar{x} = 4.32$  ), พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดของกรมธรรม์ประกันภัย (  $\bar{x} = 4.27$  ), มีพนักงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า (  $\bar{x} = 4.26$  ) และคำพูดของพนักงานเชื่อถือได้ (  $\bar{x} = 4.26$  )

ด้านกระบวนการมีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง เมื่อประสบอุบัติเหตุสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว (  $\bar{x} = 4.37$  ) รองลงมาคือ มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องแม่นยำ มีมาตรฐาน (  $\bar{x} = 4.30$  ), มีขั้นตอนการพิจารณาและจ่ายค่าสินไหมทดแทนที่รวดเร็ว (  $\bar{x} = 4.30$  ), ระยะเวลาในการทำกรมธรรม์รวดเร็ว (  $\bar{x} = 4.25$  ), มีศูนย์บริการที่คอยดูแลและแนะนำแก่ลูกค้ากรณีมีปัญหา (  $\bar{x} = 4.24$  ) และมีรถให้ใช้สำรองได้ระหว่างรอการเคลม (  $\bar{x} = 4.19$  )

ด้านสถานที่มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนได้สะดวกและรวดเร็ว (  $\bar{x} = 4.31$  ) รองลงมาคือ มีสาขาและตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ (  $\bar{x} = 4.29$  ), ช่องทางการจัดจำหน่ายของกรมธรรม์มีความหลากหลาย (  $\bar{x} = 4.26$  ), สามารถจ่ายค่าเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง (  $\bar{x} = 4.24$  ), สามารถสอบถามข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆได้หลายช่องทาง เช่น Call Center, ตัวแทน, เว็บไซต์ เป็นต้น (  $\bar{x} = 4.23$  ) และสามารถซื้อกับตัวแทนที่ไว้วางใจได้ (  $\bar{x} = 4.22$  )

ด้านราคามีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง ไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วนแรก (  $\bar{x} = 4.29$  ) รองลงมาคือ ค่าเบี้ยประกันเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพความคุ้มครองที่จะได้รับ (  $\bar{x} = 4.28$  ), มีส่วนลดค่าเบี้ยประกันเมื่อชำระภายในกำหนด (  $\bar{x} = 4.23$  ), ค่าเบี้ยประกันถูกเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น (  $\bar{x} = 4.15$  ), มีการเสนอค่าเบี้ยประกันหลายระดับ (  $\bar{x} = 4.14$  ) และค่าเบี้ยประกันภัยสามารถผ่อนชำระได้ (  $\bar{x} = 4.10$  )

ด้านลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพมีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ (  $\bar{x} = 4.19$  ) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในการเข้าไปติดต่อ (  $\bar{x} = 4.18$  ), การเดินทางไปสำนักงานมีความสะดวก (  $\bar{x} = 4.11$  ), ภายในบริษัทมีการจัดสถานที่เป็นสัดส่วน เป็นระเบียบ (  $\bar{x} = 4.10$  ), มีที่จอดรถเพียงพอ (  $\bar{x} = 4.06$  ) และมีการตกแต่งสถานที่สวยงาม ทันสมัย (  $\bar{x} = 3.96$  )

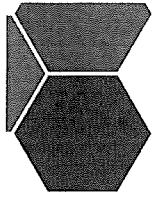
ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า เรื่องที่มีค่ามากที่สุดคือเรื่อง มีการให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันสำหรับลูกค้าเก่า (  $\bar{x} = 4.22$  ) รองลงมาคือ มีการแจ้งเตือนเมื่อกรมธรรม์ใกล้หมดอายุ (  $\bar{x} = 4.18$  ), มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยอย่างต่อเนื่อง (  $\bar{x} = 4.04$  ), มีของสมนาคุณให้กับลูกค้า (  $\bar{x} = 4.02$  ) และมีการจัดกิจกรรมร่วมสนุกให้กับลูกค้าที่สนใจ (  $\bar{x} = 4.02$  )

#### 4). ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง การบริการที่ดีและรวดเร็วจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันของลูกค้า

- อยากให้ความคุ้มครองคุ้มที่สุด ในราคาที่ไม่แพง พิจารณา เบี้ยประกัน ให้สมเหตุสมผล ให้อยู่ได้ทั้งบริษัทประกัน และผู้ซื้อประกัน เวลาเกิดอุบัติเหตุต้องเคลมเร็วและถูกต้อง ไม่เสียประโยชน์





### ข้ออภิปราย

1. ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 กับ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทยวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน) ช่องทางที่ซื้อประกันภัยรถยนต์มากที่สุดคือ ตัวแทน/นายหน้า อาจเป็นเพราะ เมื่อเกิดปัญหาต่างๆ สามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เหตุผลในการทำประกันภัยรถยนต์มากที่สุดคือ ทราบถึงประโยชน์ของความคุ้มครองและต้องการรับบริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องบริษัทที่น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (วัชระ ศิริไธวัฒน์, 2559) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องบริษัทมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ

ด้านบุคลากร มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กนกวรรณ งามนันท์, 2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความน่าเชื่อถือ อัธยาศัยดี มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (เบญจมาศ เขียววิชัย, 2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจประเภท 3 ของประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของพนักงานขายให้ข้อมูลชัดเจน อัธยาศัยดี

ด้านกระบวนการ มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องเมื่อประสบอุบัติเหตุสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กนกวรรณ งามนันท์, 2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องมีการทำงานถูกต้องแม่นยำและเป็นมาตรฐาน มีศูนย์รับแจ้งเหตุที่สามารถบริการได้ตลอดเวลา ให้บริการเมื่อประสบอุบัติเหตุอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับ (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีศูนย์รับแจ้งเหตุที่สามารถ บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ใช้บริการได้สะดวก ให้บริการเมื่อประสบอุบัติเหตุอย่างรวดเร็ว และมีขั้นตอนการพิจารณาและจ่ายค่าสินไหมที่รวดเร็ว

ด้านสถานที่ มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องสามารถติดต่อ นายหน้าหรือตัวแทนได้สะดวกและรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กาญจนาภรณ์ หาญประกอบสุข, 2555) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องมีสาขาและตัวแทนกระจายอยู่จำนวนมาก ครอบคลุมทั่วประเทศ สามารถหาซื้อได้ง่าย และสอดคล้องกับ (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย



รถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องติดต่อสาขา/ตัวแทนได้สะดวก

ด้านราคา มีค่าระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วนแรก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กนกวรรณ งามนันท, 2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องการมีค่าเบี้ยประกันมีราคาถูกเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น มีความเหมาะสมกับความคุ้มครอง มีการเสนอค่าเบี้ยประกันหลายระดับราคา และไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วนแรก และสอดคล้องกับ (แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์, 2551) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เบี้ยประกันภัยราคาเหมาะสมกับความคุ้มครองมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เบี้ยประกันภัยมีราคาถูก ไม่มีการคิดค่าเสียหายส่วนแรก

ด้านลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ มีค่าระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กาญจนวิตรี งามพริ้ง, 2551) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ มีการจัดรูปแบบร้าน สำนักงานสวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า และความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน และสอดคล้องกับ (ยุวพร พิงพิพัฒน์, 2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร ที่พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรกคือมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ

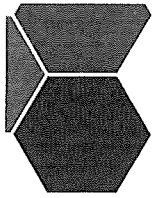
ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันสำหรับลูกค้าเก่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กาญจนภรณ์ หาญประกอบสุข, 2555) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องได้รับส่วนลดค่าเบี้ยประกัน กรณีไม่เกิดอุบัติเหตุใดๆ และสอดคล้องกับ (วิมล แซ่ตั้ง, 2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใน จ.นนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีส่วนลดค่าเบี้ยประกัน

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ทางบริษัทประกันภัยรถยนต์ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้น ควรมีกิจกรรมให้ลูกค้าร่วมสนุกหรือแจกของสมนาคุณมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพกับผู้ที่ใช้ประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจประเภท 1 เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง และสามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น
2. แนะนำให้ทำการศึกษากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่นๆ ในสถานที่แตกต่างกัน เพื่อข้อมูลที่ไดมานั้นจะได้มีความคิดเห็นหลากหลาย มีทัศนคติที่แตกต่างกัน และมีความน่าเชื่อถือ



เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ งามนันท. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรมการขนส่งทางบก. (2559). จำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม  
2560, จากเว็บไซต์: [http://apps.dlt.go.th/statistics\\_web/statistics.html](http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html)

กาญจนวดีศรี งามพริ้ง. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการ  
ตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.คณะบริหารธุรกิจ:  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กาญจนารมณ์ ชาญประกอบสุข. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาค  
สมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเนชั่น

คณะอนุกรรมการส่งเสริมการประกันภัย สมาคมประกันวินาศภัย. (2550). คู่มือวิชาการประกันภัย. (พิมพ์ครั้งที่ 1)  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรัสลักษณ์ อุทรัพย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พริ้นท์.

บ้านVRMITTARE NETWORK. (2560). ประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อ16 มกราคม 2561. จากเว็บไซต์:  
[http://www.vrmittare.com/web/menu\\_details.php?category=5](http://www.vrmittare.com/web/menu_details.php?category=5)

บุญชม ศรีสะอาด.(2553). วิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

เบญจมาศ เขียววิชัย. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของ  
ประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปานตา ฉัตรมาศ. (2555). จำเป็นหรือไม่ที่ต้องซื้อรถ. สืบค้นเมื่อ16 มกราคม 2561. จากเว็บไซต์: [https://k-expert.askkbank.com/KnowledgeResources/Articles/Pages/Car\\_A008.aspx](https://k-expert.askkbank.com/KnowledgeResources/Articles/Pages/Car_A008.aspx)

ภาวินี กาญจนภา. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.

ยุวพร พิงพิพัฒน์. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาค  
สมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัชระ ศิริโอวัฒน์. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

วิมล แซ่ตั้ง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน  
ใน จ.นนทบุรี. หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ: มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ

วิริยะประกันภัย. (2555). ประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2560. จากเว็บไซต์:  
<https://www.viriyah.co.th/th/customer-product-car-insurance.php?id=2#.WgHVd1u0N0w>

สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2559). ประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2560. จากเว็บไซต์:  
<https://www.tgia.org/insurance/motor>



สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). (2560). ประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2560. จากเว็บไซต์:

<http://www.oic.or.th/th/consumer/%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%9A>

สุดาพร กุณทลบุตร. (2557). หลักการตลาดสมัยใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แสงทอง แก้วล้อมทรัพย์. (2551). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะครุศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., and Kotler, P. (2012). Principles of Marketing (5<sup>th</sup>ed). Sydney: Pearson Education.

Cochran, W.G., 1953. Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. Psychometrika, (16<sup>th</sup> ed), 297-334

DirectAsia.com. (2561). ประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2561. จากเว็บไซต์:

<https://www.directasia.co.th/tips-help/accident-prevention/>

Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd.Thailand Branch. (2559). สถิติการเกิดอุบัติเหตุในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2560. จากเว็บไซต์: [http://www.interriskthai.co.th/file\\_download/2016-05-13\\_16\\_001\\_Statistic\\_of\\_Thailand\\_Road\\_Accident\\_\\_\\_TH.pdf](http://www.interriskthai.co.th/file_download/2016-05-13_16_001_Statistic_of_Thailand_Road_Accident___TH.pdf)