

การศึกษาความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

*A Study of customer loyalty for Motor Insurance in Bangkok*

มนัญชยา กฤษณเกษตร์<sup>1</sup> ดร.บุญเชิด บุตรอินทร์<sup>2</sup>

*Mananchaya Krisanakaset, Booncherd Butein*

บทคัดย่อ

ความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์มีความสำคัญมากขึ้นในธุรกิจประกันภัย กษภยสืบเนื่องมาจากในปัจจุบันบริษัทประกันภัยแต่ละ บริษัทมีการแข่งขันสูง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดแล้ว เพื่อครองความเป็นหนึ่งในธุรกิจประกันภัย กษภย ซึ่งในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดการรักษาลูกค้าเดิมแล้ว การเพิ่มลูกค้าใหม่ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นได้ แต่จะทำอย่างไรที่รักษาลูกค้าเดิมให้มีความจงรักภักดีกับบริษัทแล้ว เลือกลงอายุกรมธรรม์ประกันภัยในปีถัดไป รวมถึงแนะนำบอกต่อความประทับใจให้กับผู้เอาประกันภัยรถยนต์รายอื่นให้เลือกทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษา คชความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์แล้ว (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ การดำเนินการวิจัย ประชากรคือ ผู้เอาประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้ว มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบเจาะจงแล้ววิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา แล้ว สถิติอ้างอิงใช้วิธีการทดสอบไคสแควร์

จากการศึกษาพบว่า คชความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับ คชมากที่สุด ตามลำดับ คชนี้ (1) ด้านการสร้างพื้นฐานความจงรักภักดี (2) ด้านการก่อให้เกิดความซพพซอย่างแนบแน่น (3) ด้านการลดสิ่งก่ให้เกิดการเปลี่ยนใจ โดยที่ด้านการสร้างพื้นฐานความจงรักภักดี มีความซพพซกษร คชการศึกษาแล้ว ด้านการก่อให้เกิดความซพพซอย่างแนบแน่น มีความซพพซกษรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แล้ว มีความซพพซกษร คชการศึกษา ในส่วนด้านการลดสิ่งก่ให้เกิดการเปลี่ยนใจ มีความซพพซกษรออาชีพ

คำสำคัญ : ความจงรักภักดี, การสร้างพื้นฐานความจงรักภักดี, การประกันภัยรถยนต์

<sup>1</sup> นศศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาษพพซ (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>2</sup> อาจารย์ปรี่ จำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาษพพซ (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## ABSTRACT

*The loyalty is highly important in the insurance business, The insurance company is highly competitive to increase market share and the ranking of insurance industry. The retention of existing customer and get new client are some of the factor to increasing the market share. But how to make customer loyalty and renew the insurance policy including tell the impression to new customer. For the purpose (1) To study the level of opinions of the insured's loyalty (2) To study the relationship of the insured's loyalty. The population research was conducted in Bangkok area and there were 400 samples. The data were analyzed by descriptive and reference statistics using the Chi-Square test method.*

*The study found that the level opinions of the insured's loyalty in Bangkok area was the 3 highest level as follow; (1) Building a Foundation for Loyalty (2) Create Loyalty Bonds (3) Reduce Churn Drivers, that the loyalty foundation is closely related to the education level, the loyalty bonds is related to an average monthly income and the education level. Lastly, reducing churn driver is related to the customer occupation.*

*Keywords : Loyalty, Building a foundation of loyalty, Motor Insurance*

## บทนำ

ธุรกิจประกันภัยมีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน [1] รายงานช่องทางการขายของธุรกิจประกันภัยวินาศภัย ย้อนหลัง 3 ปี ตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2562 โดยในปี 2560 ประกันภัยรถยนต์มีจำนวนกรมธรรม์ 40,544,949 ฉบับ มีจำนวนผู้เอาประกันภัย 46,747,898 ราย มีเบี้ยประกันภัยรถยนต์รวม 126,829,906 บาท ส่วนในปี 2561 ประกันภัยรถยนต์มีจำนวนกรมธรรม์ 279,865,025 ฉบับ มีจำนวนผู้เอาประกันภัย 275,016,962 ราย มีเบี้ยประกันภัยรถยนต์รวม 880,495,858 บาท แต่ ในปี 2562 ประกันภัยรถยนต์มีจำนวนกรมธรรม์ 44,101,346 ฉบับ มีจำนวนผู้เอาประกันภัย 43,350,923 ราย มีเบี้ยประกันภัยรถยนต์รวม 144,694,284 บาท จากจำนวนกรมธรรม์แล้ว จำนวนเบี้ยประกันภัยรถยนต์มียอดขายเกินกว่า 100 ล้านบาทในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์มีสัดส่วน 58.83% ทั้งในด้านจำนวนแล้ว ยอดขายมากกว่าการประกันภัยประเภทอื่น ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของบริษัทประกันภัยในการเพิ่ม

ส่วนแบ่งการตลาดปรี ภายหลังจากการเพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว เพิ่มลูกค้ารายใหม่

ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความจงรักภักดีของผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว เกิดความจงรักภักดีกับบริษัทปรี ภายหลังจากที่ตนเลือกใช้บริการแล้ว ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ซึ่งสามารถนำมาปรี ยุคที่ใช้แล้ว เป็นปรี โยชน์กษัตริย์ปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว รัชชานุภาพการบริการให้มีปรี สิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เอาปรี ภายหลังจากการเพิ่มขึ้น นำมาสู่ความสมพันธ์ที่แนบแน่นแล้ว เป็นความจงรักภักดีในรี ยี่ ยาวสามารถต่อยอดธุรกิจด้วยการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ที่เกิดจากการแนะนำ จากลูกค้าเดิม ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษา คชความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานคร
  2. เพื่อศึกษาความสมพันธ์ของความจงรักภักดีของผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ขอบเขตของงานวิจัย

จากปรี เห็นคชกล่าวได้ศึกษาแนวคิดแล้ว ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสมพันธ์ของความจงรักภักดีของผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมาจากการบูรณาการกรอบแนวคิดความจงรักภักดี [2] ปรี กอบด้วย 3 ด้าน คือ (1) การสร้างพื้นฐานความจงรักภักดี (2) การก่อให้เกิดความสมพันธ์อย่างแนบแน่น (3) การลดสิ่งก่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจ

สำหรับกลุ่มปรี ชากรแล้ว กลุ่มคชอย่างปรี กอบด้วย ปรี ชากร คือ ผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ภาคสมสรใจ จำนวน 10,731,362 คน กลุ่มคชอย่าง คือ ผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ภาคสมสรใจ จำนวน 400 คน โดยเป็นการเก็บข้อมูลแบบเจ้ จง ขอบเขตด้านพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยใช้รี ยี่ เวลา คชวิจัยคชตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563 – จนถึงสิงหาคม พ.ศ. 2563 .ศ.รวมรี ยี่ เวลา เดือน 3 ปรี โยชน์ที่คชคว่าจ้ ได้รช

1. นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้เอาปรี ภายหลังจากการขยายฐานลูกค้าเดิมแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2. นำไปใช้ในการวางวางกลยุทธ์ความจงรักภักดีของผู้เอาปรี กษภษรยยนต์ในเขต กรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมแล้ว งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดแล้ว ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปสาระสำคัญที่ก่อให้เกิดปรี โยชน์ ในการวิจัยครั้งนี้คือ ความจงรักภักดี [3] ในแต่ลี้ ด้านคสต่อไปนี้ (1) การสร้างพื้นฐานความ จงรักภักดี(*Building a Foundation for Loyalty*) โดยการ ใช้กลยุทธ์การบริการที่สามารถสร้างผล กำไร สร้างรากฐานสำหรับความจงรักภักดี โดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เหมำ สม การแบ่งส่วน ตลาดให้ตรงกษความสามารถของบริษัทแล้ว ตรงตามทีลูกค้าต้องการ บริษัทจึงจำเป็นต้องเลือก กลุ่มเป้าหมายหากต้องการสร้างความสขพษรค์กษลูกค้าทีปรี สบความสำเร็จซึ่งหมายถึงการมุ่งเน้น ไปทีการแสวงหาลูกค้าทีเหมำ สมกษคุณค่าหลตการจษกู่ลูกค้าให้เข้ากษความสามารถของบริษัท ผู้นำด้านความภคตัจ พิธิพิถษในการหาเจพำ ลูกค้าทีเหมำ สมซึ่งเป็นผู้ทีบริษัทได้รับการออกแบบ มาเพื่อมอบคุณค่าพิเศษอย่างแท้จริง การหาลูกค้าทีเหมำ สมสามารถสร้างรายได้ในรี ยั ยาวแล้ว มี การเติบโตอย่างต่อเนื่อง (2) การก่อให้เกิดความสัมพันธ์อย่างแนบแน่น (*Create Loyalty Bonds*) หลตจากได้สร้างพื้นฐานความจงรักภักดีให้กษลูกค้าแล้ว ลำคชถด ไปจ้ ใช้ความพยายามในการ สร้างแล้ว รษษาคความภคตัจของเข้าผ่านกลยุทธ์การตลาดทีสร้างความสขพษรค์ทีดี กลยุทธ์สำหรับ การพัฒนาขอบเขตความภคตัจกษลูกค้า การมีกลุ่มลูกค้าทีเหมำ สมคิงคูดลูกค้าทีเหมำ สม การจธร์ คช การบริการแล้ว ส่งมอบความพึงพอใจในรี คชสูงเป็นรากฐานทีมีขงในการสร้างความภคตัจของ ลูกค้า กลยุทธ์เจพำ ได้แก่ การกรั ชขความสัมพันธ์ผ่านการขายต่อเนื่องแล้ว การรวมกลุ่ม การ สร้างรางวัลความภคตัจแล้ว การสร้างความสขพษรค์ในรี คชทีสูงขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มความสขพษรค์ให้ ลีคซึ่งยั้งขึ้นเพื่อผูกลูกค้าให้ใกล้ชิดคชบริษษมากขึ้น (3) การลดลิ่งทีก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจ (*Reduce Churn Drivers*) กลยุทธ์ทีใช้ในการผูกมัดลูกค้าให้มากขึ้น คือ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุที ก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจของลูกค้าแล้ว ลดลิ่งทีก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจเหล่านั้อย่างใกล้ชิดคชกลยุทธ์ ในการลดความบกพร่องของลูกค้ำขันตอแรกคือการทำความเข้าใจสาเหตุของการเปลี่ยนใจของ ลูกค้า ขันตอที่สองคือรี บุสาเหตุทีก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจ ขันตอที่สามเป็นการควบคุมไม่ให้เกิด

สิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจขึ้นมาอีกแล้ว ขั้นตอนที่สำคัญเพิ่มเติมในการเปลี่ยนการตัดสินใจของลูกค้าหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กษบริษัท

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมี 2 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษา ทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมประเด็นปัญหา ศึกษาข้อมูลแล้ว เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาจัดกรองข้อมูล จนได้ประเด็นปัญหาของงานวิจัยแล้ว รวบรวมศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สหเศรษฐศาสตร์ แนวคิด ทฤษฎี แล้ว งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กษแนวความคิดความจงรักภักดี [4] ทำให้ได้กรอบแนวคิด ความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ของความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ ยื่นหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ /ส่งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน นำแบบสอบถามออกสำรวจ ทัศนคติความคิดเห็นของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ กอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล (2 ความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 30 ชุด โดยโปรแกรมทางสถิติ นำข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ ห้ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติ ได้ผลการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ ห้ข้อมูลทางสถิติ แล้ว อภิปรายผลการวิจัยข้อเสนอแนะ ในการวิจัย เครื่องมือการวิเคราะห์ ห้ข้อมูลมี 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ห้ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติพรรณนา ความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ ห้ข้อมูล ทัศนคติความคิดเห็นของความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ สถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในการ 3 สร้างความจงรักภักดีของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ สถิติอ้างอิง ค่าความสัมพันธ์ (Chi-square Test) และ ค่าสหสัมพันธ์ สปีร์แมนสหสัมพันธ์ (Spearman Correlation) สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.50 อายุระหว่าง 38-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รพจ้าง คิดเป็นร้อยละ 57.25แล้ว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.00

ตอนที่ 2 ผลของระดับความคิดเห็นความจรรยาบรรณของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการบูรณาการกรอบแนวคิดความจรรยาบรรณ สอดคล้องผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด คือ (1) ด้านการสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณ ( $\bar{x}=4.41$ ) (2) ด้านการก่อให้เกิดความสับสนอย่างแนบแน่น ( $\bar{x}=4.39$ ) แล้ว (3) ด้านการลดสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ( $\bar{x}=4.35$ ) โดยสรุปด้านการสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ดังนั้น ด้านการสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณ พบว่า ผู้เอาเปรียบ กษภยมีความประทับใจพนักงานในการให้คำแนะนำ นำผลิตภัณฑ์แล้ว มีความพึงพอใจในการให้บริการ รวมถึงการส่งมอบกรมธรรม์อย่างถูกต้องแล้ว มีการบริการเคลมที่รวดเร็ว

ตอนที่ 3 ผลของความสับสนในความจรรยาบรรณของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสรุปเป็น ด้านการสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ด้านการสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณ มีความสับสนในความจรรยาบรรณของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครลักษณะ ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญกับความจรรยาบรรณในทิศทางเดียวกัน การอภิปรายผล

1. การสร้างพื้นฐานความจรรยาบรรณเป็นประเด็นที่สำคัญของความจรรยาบรรณของผู้เอาเปรียบ กษภยรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเกิดจากความประทับใจในการให้บริการของพนักงานในการแนะนำ นำผลิตภัณฑ์แล้ว พึงพอใจในการบริการของบริษัท กษภยที่เลือกซื้อ อีกทั้งมีการจัดส่งกรมธรรม์ได้ถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าของ กนกวรรณ งามนันท (2559, หน้า 70) [5] กล่าวว่า ความพึงพอใจในการทำประกัน กษภยรยนต์มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 7 ปัจจัย ซึ่งประกัน ประกอบด้วย ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยด้านบุคลากรแล้ว กรณี บวณการให้บริการ ปัจจัยที่สอง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่สาม ปัจจัยด้านการสร้างแล้ว นำเสนอผลิตภัณฑ์ ทางกายภาพ ปัจจัยที่สี่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่ห้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยที่หก ปัจจัยด้านบริการ ระหว่างการเคลมแล้ว ปัจจัยสุดท้ายปัจจัยที่เจ็ด ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยปัจจัยแรกด้านบุคลากรแล้ว กรณี บวณการให้บริการผู้เอาเปรียบ กษภยให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมี

การให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็วแล้ว มีปรี สติภาพ แล้ว พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาแนะนำ นายลั เอียคภายในกรมธรรม์ปรี กษภย มีความน่าเชื่อถือเป็นมิตรกษ ผู้มาใช้บริการ มีการเอาใจใส่รัก คื่อรือรันในการให้บริการ รวมถึงแต่งกายสุภาพ เหมำ สม มีการทำงานถูกต้องแล้ว แม่นยำเป็นมาตรฐาน อีกทั้งมีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ จึงส่งผลไปสู่ความปรี ทขใจของผู้เอาปรี กษภย

2. ด้านสร้างพื้นฐานความจงรภยคื่อเป็นปรี เค็นสำคัญที่สุด ซึ่งมีความสขพษรใน ความจงรภยคื่อของผู้เอาปรี กษภยรยณค์ในเขตกรุงเทพมหานครกษลลลลลลลล ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านร คขการศีกษาปริญญาศรี โดยจ้ มีความปรี ทขใจกขการให้บริการของพนักงานในการแนะนำ ผลลิตกษค์ต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อรรู้ถึงคณปรี โยษน้ของผลลิตกษค์ในแต่ล้ ปรี เกทแล้ว เลือกทำปรี กษภย ได้ตามความเหมำ สมหรือความต้องการของผู้เอาปรี กษภย โดยจ้ ให้ความพึงพอใจในการบริการของบริษัทปรี กษภยที่เลือกซื้อเป็นสำคัญ รวมถึงการบริการในเรื่องการจตส่งกรมธรรม์ได้ถูกต้องแล้ว รวดเร็ว เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานความจงรภยคื่อให้กษผู้เอาปรี กษภย ซึ่งจ้ ส่งผลในการเลือกทำปรี กษภยในคร้สต่อไป

ด้านการก่อให้เกคความสขพษรอย่างแนบแน่นเป็นปรี เค็นสำคัญรองลงมาจาก การสร้างพื้นฐานความจงรภยคื่อ ซึ่งมีความสขพษรในความจงรภยคื่อของผู้เอาปรี กษภยรยณค์ ในเขตกรุงเทพมหานครกษลลลลลลลล ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป แล้ว ร คขการศีกษาปริญญาศรี โดยหากผู้เอาปรี กษภยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง จขการศีกษาปริญญาศรี จ้ ให้ความสำคัญในการเลือกต่อปรี กษภยรยณค์โดยพิจารณาจากการบริการเป็นหลลแล้ว พิจารณาจากการเอาใจใส่ของพนักงานในเรื่องการจค้ำความต้องการของ ผู้เอาปรี กษภย หากได้รขการดูแลที่คิจากพนักงานก็จ้ พิจารณาเลือกต่อปรี กษภยกขบริษัท ปรี กษภยเคิมที่ใช้บริการ อีกทั้งสยสเน้ นำคนรู้จขให้ซื้อปรี กษภยรยณค์กขบริษัทปรี กษภยที่ใช้บริการอยู่ ถือเป็นความสขพษรที่แนบแน่นส่งผลให้เกคความจงรภยคื่อของผู้เอาปรี กษภย

ด้านการลคลิ่งที่ก่อให้เกคการเปลียนใจเป็นปรี เค็นที่สำคัญลาคขสุดท้าย ซึ่งมีความสขพษรในความจงรภยคื่อของผู้เอาปรี กษภยรยณค์ในเขตกรุงเทพมหานครกษลลลลลลลล ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ โดยส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รขจ้างจ้ ให้ความสำคัญในการคิตตามผลลลลการเคลมรยณค์ เช่น มีการสอบถามถึงปัญหา หลลจจากผู้เอาปรี กษภยได้รขการจตช้อมรยณค์เรียบร้อยแล้ว เพื่อเพิ่มปรี สติภาพในการบริการ

ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการจัดการที่ดีกรณีที่ถูกคำร้องขอความช่วยเหลือ อาจมีบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน 24 ชั่วโมงในทุกกรมธรรม์ประกันภัย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ควบคู่กันกับผู้เอาประกันภัยแล้ว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เอาประกันภัย ในการได้รับบริการที่มีคุณภาพตลอด 24 ชั่วโมง ผู้เอาประกันภัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ งามนันท (2559) [6] กล่าวว่า บริษัทประกันภัย ควรให้ความสำคัญในด้านบุคลากรแล้ว กับการให้บริการเป็นลำดับแรก เนื่องจากธุรกิจประกันภัย ก็คือธุรกิจบริการผู้เอาประกันภัย จึงมีความต้องการได้รับบริการที่ดีมีคุณภาพ ทั้งในด้านการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญในเรื่องประกันภัย ตลอดจนตอบข้อสงสัยจากผู้เอาประกันภัย ได้อย่างชัดเจนแล้ว ถูกต้อง ยอมรับถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีใจในการให้บริการ มีความจริงใจ มีธรรมาศยที่ดีให้กับผู้มาใช้บริการ มีการแต่งกายที่สุภาพสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่พนักงานแล้ว บริษัทประกันภัย ได้ปรับ กอบกนกขกร์ บวนการให้บริการที่มีให้แก่ผู้เอาประกันภัย ที่ได้มาตรฐานของบริษัทที่มีศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินแล้ว ครอบคลุม 24 ชั่วโมง การให้บริการผู้เอาประกันภัย สบอบุชดีเหตุแล้ว การทำจ่ายค่าสินไหมทดแทนรถยนต์ที่รวดเร็ว บริษัทประกันภัย ควรมีการจัดการในเรื่องการพัฒนาระบบเพื่อรองรับความความต้องการของผู้เอาประกันภัย หากผู้เอาประกันภัย ได้รับการบริการอย่างมีคุณภาพจากบุคลากรแล้ว ได้รับ การ บวนการให้บริการที่ดี จั ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัย รถยนต์แล้ว กลขมาต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัย กนขกขบรขข แต่ ยขมีการเนำ นำบอกต่อถึงบริการที่ดีให้กับคนที่รู้จักหรือคนรอบข้าง ซึ่งถือเป็นการขยายลูกค้าฐานเดิมแล้ว ขยายลูกค้าใหม่ไปอีกด้วย ในด้านบริการระหว่างเคลมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการสร้างความประทับใจ แล้ว ลดสิ่งทีก่อให้เกิดการเปลี่ยนใจหากผู้เอาประกันภัย ได้รับบริการที่รวดเร็วในการจัดซ่อม เนื่องจากผู้เอาประกันภัย รู้สึกว่ามีต้นทุนแล้ว ค่าเสียโอกาสสูงหากนำรถเข้าจัดซ่อมแล้ว ได้รับบริการที่ล่าช้า บริษัทประกันภัย อาจมีบริการอื่น ๆ เพื่อชดเชยให้กับผู้เอาประกันภัย หากขั้นตอนการเคลมประกันภัย รถยนต์มี รั ยั เวลาค่อนข้างนาน ซึ่งจ้ ช่วยให้ผู้เอาประกันภัย ลดความไม่พึงพอใจในความล่าช้าลงได้ส่วนหนึ่งแล้ว อาจนำไปสู่การเกิดความประทับใจแล้ว พึงพอใจขึ้นอีกครั้งได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วขรร์ ศรริ โอวณนั แล้ว ชขณ โสนนั วรลขฐนรขรขจจ (2559) [7] กล่าวว่า ในด้านบุคลากรผู้เอาประกันภัย ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญแล้ว มีความรู้ในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทประกันภัย ควรจ้ มีการจัดอบรมเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับพนักงานในเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งจ้ ส่งผลให้พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำ รายละเอียดผลิตภัณฑ์แล้ว การบริการในแต่ละด้านได้อย่างถูกวิธีเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้เอาประกันภัย ที่ใช้บริการ ในด้านกร์ บวนการผู้เอาประกันภัย จ้ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับขรร์ ยั เวลาจ่ายค่าสินไหมทดแทนที่





- [5] กนกวรรณ งามนนท์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- [6] กนกวรรณ งามนนท์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- [7] วรวิทย์ ศิริโหวงษ์นันท์ และ ชิน โสณวิสิฐนิธิกิจ. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- [8] วรการ แสงวิวัฒน์เจริญ, เบญจวรรณ สุจริต และ ชชชย สุจริต. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, คณะวิทยาการจัดการ.