

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร 2. ความคิดเห็นด้านปัจจัยทางการตลาดบริการ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร 3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่ทำงานอยู่ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 260 ตัวอย่าง โดยสุ่มจากบัญชีรายชื่อของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติในเชิงอนุมาณ และความสัมพันธ์วิเคราะห์โดยใช้ (Pear Son's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความสะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการ ความมั่นคงและชื่อเสียงของบริษัทฯ และความรู้ความเข้าใจ ส่วนความจำเป็นในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยทางการตลาดบริการ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการ อยู่ในระดับมาก 6 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยภาพรวม พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ของบุคคลากรผู้ใช้รถยนต์ ในกรมสรรพสามิต กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูงหรือสูงมาก ปัจจัยทางการตลาดบริการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อในแต่ละด้านพบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจ ความมั่นคงและชื่อเสียงของบริษัทฯ และด้านความสะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ส่วนในด้านความจำเป็นในชีวิตประจำวัน มีความสัมพันธ์เป็นไปในระดับค่อนข้างต่ำ

This research was intended 1. To study behaviour for buys insurance of automobile loss owners automobile personnel, in Excise Department Bangkok 2. Side factors way marketing opinion serves , at about behaviour for buys insurance of automobile loss owners automobile personnel in Excise Department Bangkok 3. To study compare with behaviour for buys insurance of automobile loss owners automobile personnel in Excise Department Bangkok , separate follow personal factor 4. To study the relation between way marketing factor serves with behaviour for buys insurance of automobile loss owners automobile personnel in Excise Department Bangkok , The sample that use in the research owners automobile personnel in Excise Department Bangkok , which be office of who Excise Department Bangkok 260 examples amounts by random from the list of owners automobile personnel in Excise Department Bangkok research regulation is manner research explores (Survey Research) a tool that in the saving collects the data, be the questionnaire , analyse the data and process with a computer by program readymade, the statistics , for percentage value , average , the value deviates standard , the statistics in the estimates , and the relation analyses by (Pear son's Product moment Correlation Coefficient)

The research revealed that :

1. The reasons for buying insurance automobile loss owner automobile personnel in Excise Department Bangkok by the overall image has behaviour for buying in 3 many levels by arrange the average too much froms seek a little be fast convenience from receiving serves ,

the stability and the fame of a company , and the understanding , necessity part in the every day life is in the average

2. About behaviour for buys insurance automobile loss owners automobile personnel in Excise Department Bangkok at marketing factor serves , by the overall image opinion level about marketing factor serves side 6 levels by arrange the average too much from a little be the organization of image side , person service side, procedure side , products or serve side , price side , and way sale side , push marketing side part in the middle average

3. Compare with behaviour for buys insurance automobile loss owner automobile personnel in Excise Department Bangkok Relate personal factor , at have the gender , age , education level , vacancy , and the income shares to build month , by the overall image behavior for buys insurance automobile loss different prevent implily important statistics at 0.05 level

4. The relation between the marketing serve factor with behaviour for buy insurance automobile loss owner automobile personnel in Excise Department Bangkok , imply important statistics at .01 level by the overall image to there is the relation happens in same direction in high-level or very tall , marketing serves factor to test relation value and behaviour buy in each a side to understanding side , the stability and the fame of a company , and convenience fast side from receiving serves , there is the relation in same direction in the level rather tall by respectively arrange the average too much from a little , the part inside to necessity in the every day life , there is the relation happens rather low level