

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทประกันคุ้มภัย กับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันคุ้มภัย 2) ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้วัฒนธรรมของผู้เอาประกันภัยบริษัทคุ้มภัยกับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันคุ้มภัย โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Yamane วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS Version 16.0 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ ค่า F-test โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linier Regression)

ผลการศึกษาพบว่า

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง สถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001-25,000 บาทต่อเดือน และทราบว่าบริษัทประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) นำระบบ GPS มาใช้ในการให้บริการ ข้อมูลพฤติกรรมของผู้เอาประกันภัย ส่วนใหญ่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ประเภท 1 เป็นรถยนต์ประเภทเก๋ง โดยซื้อเพราะต้องการความคุ้มครองที่มากขึ้นกว่าการทำ พ.ร.บ. ประกัน ทราบถึงประโยชน์ในการทำประกันภัยโดยผ่านทางตัวแทน/ นายหน้าประกันภัย ทำประกันภัยโดยผ่านช่องทางตัวแทน / นายหน้าประกันภัย และสาเหตุการทำประกันภัยผ่านช่องทางดังกล่าว เนื่องจากมีความมั่นคงเชื่อถือได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทประกัน คุ้มภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ระดับการรับรู้

นวัตกรรมของผู้ใช้บริการโดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้นวัตกรรมอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกๆ ด้านรวม 8 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ เป็นคนคิดเป็นขั้นเป็นตอนในการดำเนินงานจากจุดเริ่มต้นจนถึงผลสำเร็จ เป็นคนที่น่าความรู้สึกและการกระทำของตนเองมาวิเคราะห์ มักจะชอบอภิปรายความคิดเห็นใหม่ๆ อยู่เสมอ พยายามหาความหมายของสิ่งที่ไม่ได้ใช้ในชีวิตประจำวัน มักจะสงสัยในสิ่งต่างๆ ที่จะเชื่อตามกันมา เป็นคนคิดวิธีการที่ได้ผลเร็วที่สุด เป็นคนมีความคิดที่มองต่างมุม มักจะหาคำจำกัดความของสิ่งที่ไม่รู้

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ การเข้าถึงจิตใจของผู้เอาประกันภัย ซึ่งหมายความว่า การที่บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) มีคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้เอาประกันภัยที่สูง ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงเช่นกัน และ ปัจจัยทางด้าน การรับรู้นวัตกรรม ไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งหมายความว่า การที่ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้นวัตกรรมที่มากหรือน้อย เท่าไรก็ตาม ไม่ส่งผลแต่อย่างใด กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)

Abstract

Study of Factors Affecting Customer Satisfaction on Service Quality of Safety Insurance Public Company Limited has these following objectives 1) to find the relationship between the factor of service quality affect Customer Satisfaction on Service Quality of Safety Insurance Public Company Limited 2) to study the relationship between the cognitive innovation of the assured with Customer Satisfaction on Service Quality of Safety Insurance Public Company Limited. This study is Quantitative Research from survey by One-Shot Case Study using Questionnaires as data collection tool for 400 samples from Yamane theory analyze data by using statistic program (SPSS version 16) with the statistic of Frequencies, Percentage, Mean, Standard Deviation, F-test by One-Way ANOVA and Simple Linier Regression

The result of this study found that

Most of assured from the information of demography were 20 – 29 years old single female of bachelor's degree graduated and being employee of private company with average income of 15,001-25,000 Baht per month and knew that Safety Insurance Public Company Limited using GPS technology in their service

Most of the assured persons' behavior usually do type1 car insurance for sedan. The buying reason is to need more safety than car insurance act. They know the insurance information and its benefits from assurance representative. The insurance will do pass through the representatives because it is safe and have creditability

The opinion towards Service Quality of Safety Insurance Public Company Limited found the average of overall was at high level which is from 1 to 5 respectively assurance, responsiveness, reliability, empathy and tangible

The cognitive innovation of assured found the sampling has a high level of innovative knowledge in all factors; 8 factors included from high to low as following;

processing person from start to end, analyzing their own feelings and reaction, discussing unusual ideas, trying to figure out the meaning of unusual statement, question in the traditional believe, also be the person that think fast and has wide vision and finding out the meaning of words they don't know.

The only satisfaction factor with positive relationship is empathy (At 0.05 significant levels). The factor of cognitive innovation has no relationship between Customer Satisfaction of Safety Insurance Public Company Limited (At 0.05 significant levels) mean the increase of cognitive innovation of the assured does not affect Customer Satisfaction of Safety Insurance Public Company Limited