

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของบริษัทสามัคคีประกันภัย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และมีวัตถุประสงค์รองเพื่อที่จะศึกษาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการทำประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคด้วย

ข้อมูลได้เก็บรวบรวมจากผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 250 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้ใช้วิธีการทางสถิติได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยการหาค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ทำประกันภัยรถยนต์จะมีอายุระหว่าง 20-50 ปี การศึกษาจบระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000-40,000 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพเป็นหัวหน้าครอบครัว ผู้ทำประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่จะมีรถยนต์ใช้งานประจำเพียง 1 คัน โดยจะเสียค่าประกันภัยประเภท 1 ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาทต่อปี เสียค่าเบี้ยประกันภัยประเภท 3 จำนวนเงินไม่เกิน 5,000 บาทต่อปี การทำประกันภัยรถยนต์ผู้บริโภคจะติดต่อกับบริษัทโดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากการแนะนำของเพื่อน บุคคลที่รู้จักและญาติเป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งประเภท 1 และประเภท 3 ผลการศึกษาพบว่า การเลือกทำประกันภัยรถยนต์ดังกล่าวขึ้นอยู่กับรายได้ การบริการ อัตราค่าเบี้ยประกันภัย และความคุ้มครอง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยของผู้บริโภค นอกจากนั้นผู้ทำประกันภัยยังเห็นว่าการทำประกันภัยรถยนต์ สร้างความอบอุ่นใจให้ได้ในระดับหนึ่งเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้น และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายได้

ภาพลักษณ์ทั่วไป ผู้ทำประกันภัยรถยนต์เห็นว่า บริษัท สามัคคีประกันภัย เป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคง มีความซื่อสัตย์ในการให้บริการและไว้วางใจได้ สำหรับปัญหาในการให้บริการที่สำคัญคือ ปัญหาเกี่ยวกับความชัดเจนในข้อตกลงและเงื่อนไขการจ่ายเบี้ยประกันภัย รวมทั้งการคิดอัตราค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์สูงเกินไป

## ABSTRACT

176055

The aims of this study were to investigate the factors influencing the choice of voluntary automobile insurance of Samakkhi Insurance Public Company Limited, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, and to analyze the behavior of consumers in motor insurance industry in general.

Data were collected from consumers in Mueang Chiang Mai district, Chiang Mai province, by purposive sampling of 250 observations. The data analysis employed a statistical method such as percentage, frequency, mean and inferential analysis by chi square.

The result of the study showed that most of the voluntary motor insurance buyers were aged between 20-50, and most of them were bachelor degree graduates. Among them were private company officers, private business owners and government officers, state enterprise servants. The average household income was 10,000 - 40,000 baht per month and they were head of the households. The majority had only one car and paid approximately 10,000 - 20,000 baht premium per year for type 1, paid annual insurance premium lower than 5,000 baht for type 3. The consumers contacted the insurance companies directly for their engagement in motor insurance via recommendations of their friends, colleagues, or relatives.

Factors which influenced the customers decision to take voluntary insurance were of both type 1 and type 3. The study indicated that the level of income, services, insurance rate and coverage were the most important factors which influenced consumers' decisions to take voluntary insurance. In addition, voluntary motor insurance buyers' opinions about motor insurance were that it made them feel secure in the case of an accident and it also reduced their expenses.

The general impression of most respondents was that Samakkhi Insurance was stable, honest, and trustworthy. The problems of providing services are the clarity of agreement and conditions to pay insurance premium, including those over insurance rates.