

**การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของ โรคโควิด - 19**

**A study of factors affecting the purchase of voluntary auto insurance among the
population of Phuket. At the time of the COVID-19 epidemic**

วิริญญา มาศบรรณเจ็ด

Wiranya Matbanchoet

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของ โรคโควิด - 19 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธี Independent-Samples t-test วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีอายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 1-3 ปี ซึ่งประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่กลุ่มตัวอย่างเลือกถือครอง คือ กรมธรรม์ประกันภัยประเภท 1 มากที่สุด ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ และประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่ด้วยวิธี Independent-Samples t-test และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้วยวิธีการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) พบว่ามีปัจจัยด้านกระบวนการเพียงปัจจัยเดียว ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

คำสำคัญ : ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ, โรคระบาด โควิด-19, การซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การเพิ่มขึ้นของรถยนต์ส่งผลให้สภาพการจราจรเริ่มมีความหนาแน่นและเกิดผลกระทบต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดอุบัติเหตุจากการจราจรส่งผลเสียชีวิตและทรัพย์สินของผู้สัญจรรวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อครอบครัวของผู้สัญจรและสูญเสียทรัพย์สินสาธารณะที่เป็นทรัพยากรส่วนรวมของประเทศ ในปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีอัตราการเกิดอุบัติเหตุทางถนนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมาองค์การอนามัยโลกได้จัดให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการเกิดอุบัติเหตุสูงเป็นอันดับ 9 ของโลก มีคนไทยเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนปีละประมาณ 22,491 ราย คิดเป็น 32.7 คนต่อประชากร 1 แสนคนเฉลี่ยแล้ว มีคนไทยเสียชีวิตจากอุบัติเหตุชั่วโมงละ 3 คน ซึ่งถือว่าเกิดค่าเฉลี่ยของโลกถึง 2 เท่า (กรุงเทพมหานคร, 2562) อุบัติเหตุทางถนนไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ประสบภัยเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดความสูญเสียต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยโดยรวมอย่างมหาศาล ขณะที่สถาบันวิจัยทีดีอาร์ไอ ได้คำนวณมูลค่าความสูญเสียจากการเสียชีวิตและบาดเจ็บสาหัสจากอุบัติเหตุจราจร เกิดความสูญเสียที่คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจราว 5 แสนล้านบาทต่อปี สาเหตุของอุบัติเหตุเป็นผลมาจากพฤติกรรมการขับขี่ของผู้สัญจร เช่น ภาวะบกพร่องของร่างกายหรือการเคารพกฎระเบียบการขับขี่ รวมถึงผลจากสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เช่น สภาพรถยนต์สภาพเส้นทางสัญจร และสภาพดินฟ้าอากาศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) ปัญหาอุบัติเหตุจราจรที่เกิดขึ้นสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งกับผู้สัญจรโดยตรงและสาธารณะซึ่งไม่อาจประเมินค่าความเสียหายได้อย่างชัดเจน เพื่อลดผลกระทบความเสียหายจากอุบัติเหตุ หน่วยงานภาครัฐจึงมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนทุกคนที่ประสบอุบัติเหตุจากรถได้รับการคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ชีวิตร่างกายอย่างทันท่วงที รวมถึงเป็นหลักประกันว่าสถานพยาบาลทุกแห่งที่รักษาผู้ประสบภัยจากรถจะได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลอย่างแน่นอนและรวดเร็ว (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2561) การเกิดขึ้นของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถส่งผลให้ธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีการแข่งขันสูงขึ้นซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนรถยนต์ พฤติกรรมของผู้ขับขี่ที่มีหลากหลายรูปแบบ รวมถึงปัจจัยแวดล้อมที่ผู้ขับขี่ไม่อาจคาดเดาได้ ส่งผลให้ผู้ขับขี่จำเป็นต้องหาทางลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ (จรัสลักษณ์ อุทรัพย์, 2558; ทิพย์สุภา สุวรรณอทาน, 2558)

จากข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนข้างต้นนั้น เป็นข้อมูลทางสถิติขณะสภาวะปกติของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต แต่ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้ประสบกับปัญหาการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมียอดผู้ป่วยที่ติดเชื้อภายในพื้นที่สะสมเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งมียอดอยู่ที่ 227 คน (กรมควบคุมโรค, 2563) ทางภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินนโยบายปิดเส้นทางการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจภายในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้วยการที่ภูเก็ตพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ภูเก็ตจึง

เป็นจังหวัดที่โดนผลกระทบหนักสุดจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยคิดเป็นศูนย์เปอร์เซ็นต์ติดต่อกันมาครึ่งปีแล้ว ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บริษัทที่ให้บริการประกันภัยรถยนต์จำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อที่จะปรับรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงประเด็น ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ในจังหวัดภูเก็ต ในการเข้าถึงความต้องการซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภค รวมไปถึงประโยชน์ในเชิงนโยบายทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ที่จะช่วยให้สามารถกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอยู่รอดภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านการวิจัย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดภูเก็ต
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2563 - เดือนมกราคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2563) กล่าวว่า การประกันภัยรถยนต์ หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ผู้เอาประกันภัย” ได้โอนความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับรถยนต์ไปให้บุคคลอื่นซึ่งเรียกว่า “ผู้รับประกันภัย” รับเสี่ยงภัยแทน โดยผู้เอาประกันภัยจะต้องจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า “เบี้ยประกันภัย” ให้กับผู้รับประกันภัยเป็นการตอบแทนที่ผู้รับประกันภัยยอมรับความเสี่ยงภัยไว้แทน หากรถยนต์คันที่เอาประกันภัยไว้เกิดอุบัติเหตุประเภทของการประกันภัยรถยนต์ 1.ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (Compulsory Motor Insurance) หรือที่เรียกว่า ประกันภัย พ.ร.บ. ซึ่งรถยนต์ทุกคันทุกชนิดต้องทำประกันภัยประเภทนี้ เนื่องจากถูกบังคับโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ประกันภัยประเภทนี้ให้ความคุ้มครองและรับผิดชอบต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของประชาชนผู้ประสบภัยจากรถยนต์เท่านั้น 2. ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (Voluntary Motor Insurance) ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เป็นการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อ (ผู้เอาประกันภัย) และผู้ขาย (บริษัทประกันภัย) เป็นการเลือกซื้อความคุ้มครองประกันภัยตามความต้องการของผู้ซื้อโดยไม่มีผู้ใดบังคับ ซึ่งประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจนี้จะรับผิดชอบต่อความเสียหายส่วนที่เกินจากความรับผิดชอบของประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับนั่นเอง ทำให้เกิดความเสียหายแก่ตัวรถยนต์หรือแก่ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคลที่โดยสารอยู่ในรถยนต์ ตลอดจนบุคคลภายนอกที่ได้รับ ความเสียหายจากรถยนต์ที่เอาประกันภัยคันดังกล่าว ผู้เอาประกันภัย จะได้รับการชดเชยค่าเสียหายที่เรียกว่า “ค่าสินไหมทดแทน” โดยผู้รับประกันภัยจะชดเชยค่าสินไหมทดแทน ให้ตามจำนวนค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่เกินจำนวนเงินที่ได้ตกลงทำสัญญาไว้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7. ด้านกระบวนการ (Process)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) คือ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process) เป็นลำดับ

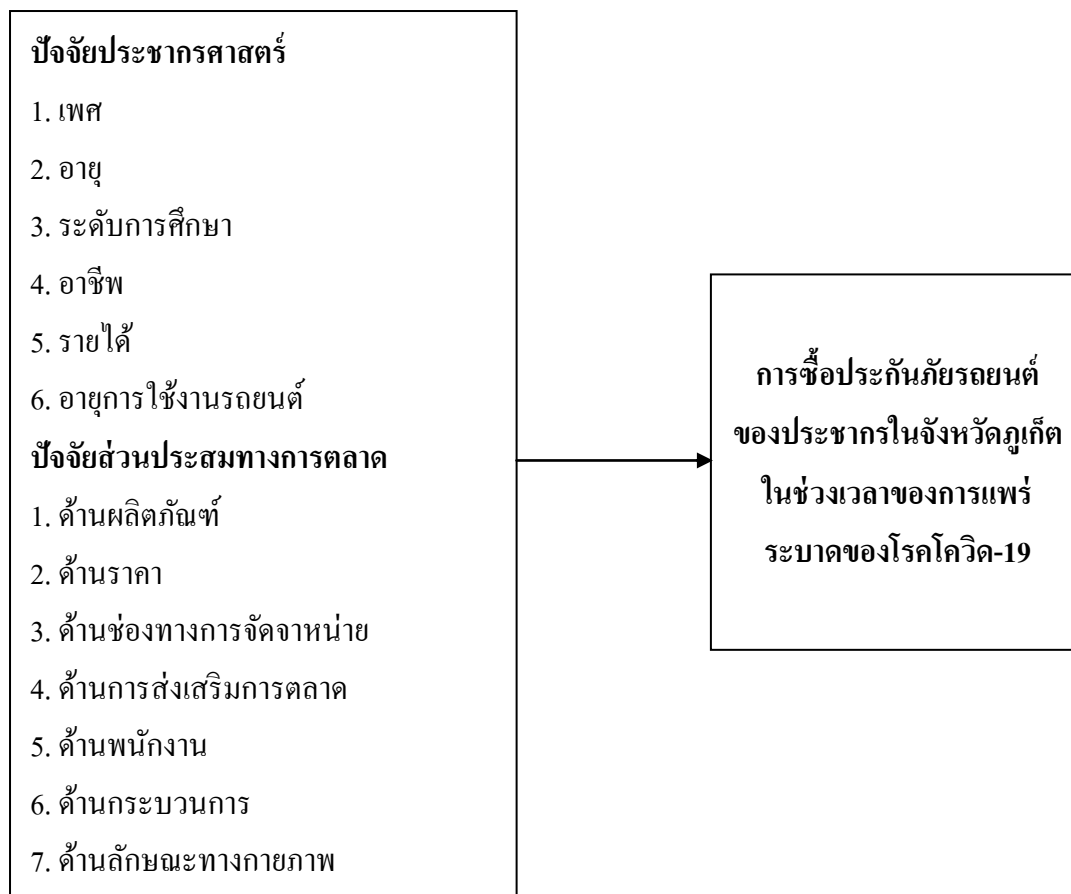
ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากใน กระบวนการซื้อพบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

จรัสลักษณ์ อุทรัพย์ (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีเพียง 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การบริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท เพราะในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับรูปแบบเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ตรงตามความต้องการ และการบริการที่มีคุณภาพของบริษัทประกัน เมื่อประสบอุบัติเหตุ นอกจากนี้การที่บริษัทมีชื่อเสียงจะเป็นการช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ได้ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีเพียงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากรายได้เป็นตัวชี้วัดถึงความสามารถในการเลือกประเภท รูปแบบความคุ้มครอง และทุนประกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงก็จะมีกำลังซื้อกรมธรรม์ที่คุ้มครองภัยได้ครอบคลุมและมีทุนประกันที่สูงกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า

ทิพย์สุภา สุวรรณอทาน (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณค่าตราสัญลักษณ์ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณภาพการบริการด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านคุณค่าตราสัญลักษณ์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

เบญจมาศ เขียววิชัย (2553) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ของประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กรอบแนวความคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มประชากรผู้ที่ใช้รถยนต์ในจังหวัดภูเก็ต ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกหรือความสมัครใจ (Convenient or Volunteer) โดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของทาโรยามาเน่ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จากการคำนวณได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbrach' s alpha coefficient) ความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นภาพรวม เท่ากับ 0.849

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ตัวสถิติคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ผล คือ วิธี Independent-Samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 47.8 เพศชายร้อยละ 52.3 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีอายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 1-3ปี ซึ่งประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่กลุ่มตัวอย่างเลือกถือครอง คือ กรมธรรม์ประกันภัยประเภท 1 มากที่สุด

ตาราง 1 ภาพรวมระดับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (n=400)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.88	1.44	มาก
2.ปัจจัยด้านราคา	3.90	1.43	มาก
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.77	1.46	มาก
4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.71	1.44	มาก
5.ปัจจัยด้านพนักงาน	3.78	1.49	มาก
6.ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.83	1.41	มาก
7.ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.86	1.42	มาก
ภาพรวม	3.43	.496	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (n=400)

การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	ค่า t หรือ F	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ	0.344	0.731	ไม่แตกต่างกัน
2. อายุ	2.479	0.032*	แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษา	0.157	0.855	ไม่แตกต่างกัน
4. อาชีพ	4.834	0.000*	แตกต่างกัน
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	7.546	0.000*	แตกต่างกัน
6. อายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์	3.389	0.018*	แตกต่างกัน
7. ประเภทกรรมสิทธิ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่	8.843	0.000*	แตกต่างกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกันการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไม่ต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ และประเภทกรรมสิทธิ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่ต่างกัน การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19(n=400)

การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ	ค่า t	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-0.486	0.628	ไม่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านราคา	-0.378	0.705	ไม่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.796	0.427	ไม่แตกต่างกัน
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1.566	0.118	ไม่แตกต่างกัน
5. ปัจจัยด้านพนักงาน	-0.356	0.722	ไม่แตกต่างกัน
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	2.815	0.005*	แตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.055	0.956	ไม่แตกต่างกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพียงปัจจัยเดียว ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

อภิปรายผล

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ผลการศึกษา พบว่า พบว่า มี 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คือ อายุ อาชีพ รายได้ อายุการใช้งานรถยนต์ และประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่ ส่วน เพศและการศึกษาไม่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ด้านอายุ มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจาก การประกันภัยรถยนต์ส่งผลด้านความปลอดภัย และความเชื่อมั่นในการคุ้มครองสวัสดิภาพในการใช้รถยนต์ด้านอาชีพ ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต อาชีพเป็น

ตัวกำหนดรายได้ และระดับการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยการใช้รถ ฉะนั้นอาชีพและรายได้จึงมักมีผลที่สอดคล้องกัน โดยด้านรายได้ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคจะเป็นตัวบ่งบอกความสามารถในการเลือกซื้อประเภทความคุ้มครอง หรือรูปแบบกรมธรรม์ของประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกันออกไปตามกำลังความสามารถในการจ่ายชำระค่าเบี้ยประกันของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสลักษณ์ อุทรัพย์ (2559) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และขัดแย้งกับงานวิจัยของ วิมล แซ่ตั้ง (2553) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาของผู้บริโภค ไม่มีผลต่อการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และในเรื่องของปัจจัยด้านเพศ พบว่า เพศของผู้บริโภคมีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ แต่มีผลสอดคล้องในเรื่องของปัจจัยด้านอาชีพที่พบว่า อาชีพของผู้บริโภคมีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ อายุการใช้งานรถยนต์ มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต โดยอายุการใช้งานรถยนต์ที่มีอายุมากจะพิจารณาจากปัจจัยด้านต่างๆก่อนการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มากกว่าอายุการใช้งานรถยนต์ที่น้อย ประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่ มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เนื่องจาก รายละเอียดของแต่ละกรมธรรม์ การคุ้มครอง หรือรายละเอียดอื่นๆ ไม่เหมือนกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ อ่อนนุช จุฬาศินนท์ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทประกันภัยรถยนต์

จากงานวิจัยในครั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะให้กับบริษัทประกันภัยรถยนต์ดังนี้

1. ปัจจัยด้านอายุ ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้รถในจังหวัดภูเก็ต ส่งผลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยการคุ้มครองของประกันภัยและการบริการของผู้ขายประกันภัยเป็นปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อ ดังนั้นบริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบกรมธรรม์ ให้มีความคุ้มครองที่หลากหลายระดับ ครอบคลุมทุกช่วงอายุของความต้องการของผู้ซื้อประกันภัย

2. ปัจจัยด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้รถในจังหวัดภูเก็ต โดยอาชีพมีผลต่อรายได้ ในข้อนี้ข้อเสนอแนะต่างๆจึงเหมือนกับปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้รถในจังหวัดภูเก็ต จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มักต้องการความคุ้มครองภัยที่ครบทุกด้าน สามารถประกันได้ทุกเหตุภัย แต่ความต้องการในด้านความคุ้มครองที่สูงขึ้นยอมทำให้ค่าเบี้ยประกันภัยนั้นสูงขึ้นตามไปด้วย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนักจึงต้องลดความต้องการในด้านความคุ้มครองลง ดังนั้นบริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบกรมธรรม์ ให้มีความคุ้มครองที่หลากหลายระดับ และตั้งค่าเบี้ยประกันไว้หลายระดับเช่นกัน เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทำให้บริษัทประกันภัยเองสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทุกตลาด ส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นด้วย

4. ปัจจัยด้านอายุการใช้งานรถยนต์ที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้รถในจังหวัดภูเก็ต จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกันด้วย ควรมีการออกแบบรูปแบบกรมธรรม์ให้สอดคล้องกับอายุการใช้งานรถยนต์เช่นกัน

5. ปัจจัยด้านประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ถือครองอยู่ ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้รถในจังหวัดภูเก็ต จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่แตกต่างกันด้วย ควรมีการออกแบบรูปแบบกรมธรรม์ให้สอดคล้องกับประเภทกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้บริโภคถือครองอยู่ เช่นเดียวกับปัจจัยด้านอายุการใช้งานรถยนต์ที่กล่าวมาข้างต้น

6. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทุกปัจจัย ควรมีการเจาะลึกด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) แล้วนำผลที่ได้ไปปรับปรุงระบบการทำงานทั่วทั้งระบบในบริษัทขายประกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจเป็นผู้ประกอบการนิติบุคคล ในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจบริการมากที่สุด และเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมมีระยะเวลาในการก่อตั้งธุรกิจที่สั้นน้อยกว่า 3 ปี มากที่สุด เนื่องจากช่วงเวลาที่ทำการสำรวจผู้ทำการวิจัยได้เก็บข้อมูลช่วงหลังจากการเกิดโรคระบาด โควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต แต่ผลจากลักษณะของธุรกิจที่ก่อตั้ง โดยส่วนใหญ่ก่อตั้งได้ไม่นาน และเป็นธุรกิจบริการ จึงมีความเสี่ยงที่จะปิดกิจการ หรือขาดทุนได้ ฉะนั้นผลความต้องการสำนักงานบัญชีที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจึงอาจไม่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงสำนักงานบัญชีให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการในระยะยาวได้

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชีและทีมงานส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ในช่วงหลังจากการเกิดโรคระบาด โควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ฉะนั้นการรักษาคุณภาพที่เกี่ยวกับความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชีและทีมงานจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการนำไปปรับใช้กับสำนักงานบัญชีได้

3. ปัจจัยอื่นๆ ภาพลักษณ์ของบริการ ความมีชื่อเสียงและการยอมรับ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ของบริการ ความมีชื่อเสียงและการยอมรับต้องใช้เวลาในการสร้างขึ้นมา การไว้เนื้อเชื่อใจกัน การรักษาความลับของลูกค้าผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีจึงเป็นสิ่งสำคัญ สำนักงานบัญชีจึงจะต้องรักษาคุณภาพของงานด้านบัญชีพร้อมกับการรักษาไว้ซึ่งความไว้เนื้อเชื่อใจของลูกค้าควบคู่กันไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีแบบเฉพาะเจาะจง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้บริการมีความต้องการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพการให้บริการมากที่สุด

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างให้มีการกระจายของกลุ่มธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งจังหวัดภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข, กรมควบคุมโรค. (2563). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สถานการณ์ภาพรวมทั่วโลก*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563.
จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/ind_world.php
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *ข่าว คุณภาพชีวิต-สังคม 'อุบัติเหตุบนถนน'*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563.
จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/854720>
- จรัสลักษณ์ อุทัย (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จรัสลักษณ์ อุทัย. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *นิตยาพรเสมอใจ. พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ทิพย์สุภา สุวรรณอทาน. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจมาศ เขียววิชัย (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจประเภท 3 ของประชาชนในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วิมล แซ่ตั้ง (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ใน จ.นนทบุรี*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2561). *ธุรกิจประกันภัย อดีต ปัจจุบัน อนาคต*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563. จาก <http://www.oic.or.th/th/consumer/education-resources/article>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2563). *การประกันภัยรถยนต์*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.oic.or.th/th/education/insurance/vehicle>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *อุบัติเหตุการจราจรทางบก*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries21.html>
- อ่อนนุช จุฬาศินนท์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.