

การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ  
ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นางสาวพุทธภรณ์ วงศ์รอด

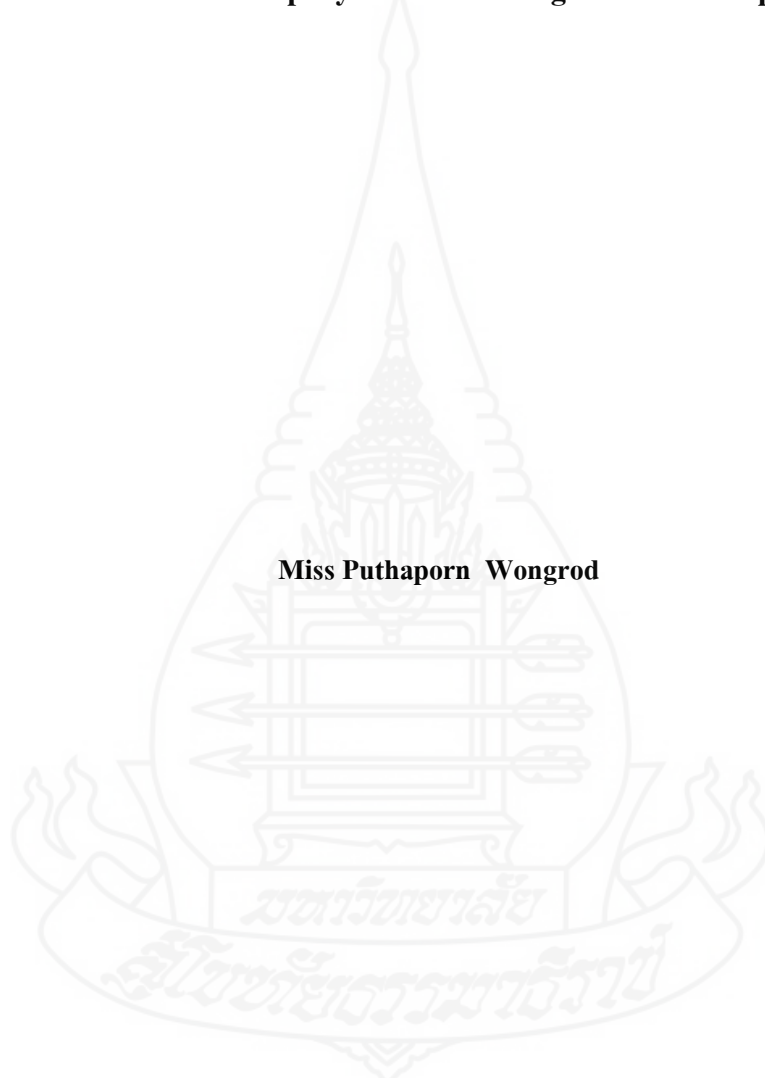


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาการจัดการธุรกิจและการบริการ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**Customers' Perception of Service Quality and Satisfaction towards Health Insurance  
Service of ABC Public Company Limited in Bangkok and Metropolitan Region**

**Miss Puthaporn Wongrod**



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration in Business and Hospitality Management

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)  
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ชื่อและนามสกุล นางสาวพุทธภรณ์ วงศ์รอด

แขนงวิชา การจัดการธุรกิจและการบริการ


สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ภุชงค์ ชาญกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ภุชงค์ ชาญกิจ)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะ ชาติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ  
ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**ผู้ศึกษา** นางสาวพุทธภรณ์ วงศ์รอด **รหัสนักศึกษา** 2623002843

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจและการบริการ)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ภูริพัฒน์ ชาญกิจ **ปีการศึกษา** 2564

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และ 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ และมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 2,675 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์ยามานะ จำนวน 348 คน สุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก โดยใช้แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ** การรับรู้คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ ประกันสุขภาพ



**Independent Study title:** Customers' Perception of Service Quality and Satisfaction towards Health Insurance Service of ABC Public Company Limited in Bangkok and Metropolitan Region.

**Author:** Miss Puthaporn Wongrod; **ID:** 2623002843;

**Degree:** Master of Business Administration (Business and Hospitality Management);

**Independent Study advisor:** Acting Sub Lt. Dr. Puripat Chankit;

**Academic year:** 2021

### **Abstract**

The research aimed: 1) to study the health insurance customers' perceptions towards service quality of ABC Public Company Limited in Bangkok Metropolis and vicinity; 2) to survey the level of customers' satisfactions towards health insurance service provided by ABC Public Company Limited in Bangkok Metropolis and vicinity; 3) to compare demographic factors influencing the level of health insurance customers' perceptions towards service quality of ABC Public Company Limited in Bangkok Metropolis and vicinity; and 4) to compare demographic factors influencing the level of health insurance customers' satisfactions towards service quality of ABC Public Company Limited in Bangkok Metropolis and vicinity.

The population in the study was those who used health insurance. and have experience in making insurance claims during the year 2017-2020 living in Bangkok and its vicinities 2,675 people were calculated using the Taro Yamane formula, 348 people were randomly assigned at convenience. by using a questionnaire Data analysis statistic were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way variance analysis. and compare the differences between pairs.

The results showed that 1) the level of health insurance customers' perceptions towards service quality was high. 2) The level of health insurance customers' satisfactions towards health insurance service was also high. 3) There were statistically significant differences in health insurance customers perceptions towards service quality of ABC Public Company Limited in terms of age, education level, occupation, and monthly income at 0.05. 4) Based on the significance level of 0.05, there were differences in level of satisfactions with different levels of education, occupation, and monthly income.

**Keywords:** Service Quality Perception Satisfaction Health Insurance

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.กฤษพัฒน์ ชาญกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำปรึกษาชี้แนะ แนะนำให้แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ด้วยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นผลสำเร็จลุล่วง และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุริยา ประดิษฐ์สถาพร ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชัย วงศ์จันทร์ และคุณศุภกิจ สัตยารัฐ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ความรู้ คำแนะนำ ตรวจสอบ ปรับปรุงและให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ ตลอดมา ทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งเพื่อตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้

รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราชทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทอบรมให้ความรู้แก่ข้าพเจ้าตลอดช่วงระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาเล่าเรียนอยู่ที่นี้ตลอดจนเจ้าหน้าที่ รุ่งพีในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดมาเป็นอย่างดีในระหว่างการทำงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียนปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทุกคนที่ได้ร่วมทุกข์ ร่วมสุข จนกระทั่ง ประสบความสำเร็จในการเรียน

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานในสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ที่ช่วยเหลือ และให้คำแนะนำดี ๆ ตลอดมา สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ได้ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา รวมถึงขอบคุณทุก ๆ ท่านที่ไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งมีส่วนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

พุทธรณีย์ วงศ์รอด

กันยายน 2564

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	๗
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
กรอบวิจัยที่ใช้การศึกษา .....	7
สมมติฐานของการวิจัย .....	8
ขอบเขตการวิจัย .....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	13
แนวความคิดเกี่ยวกับประกันภัย .....	13
แนวความคิดการประกันสุขภาพ .....	16
แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ .....	23
แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ .....	28
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	51
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	52
การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ .....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	58

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	60
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม.....	61
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	63
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.....	65
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล .....	72
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสมมติฐาน 2 ข้อ.....	76
ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	109
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	112
สรุปผลการวิจัย.....	112
อภิปรายผล.....	118
ข้อเสนอแนะ.....	125
บรรณานุกรม.....	128
ภาคผนวก.....	134
ก. แบบสอบถาม .....	135
ข. การประมวลผล .....	144
ประวัติผู้ศึกษา .....	229

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงค่ารักษาพยาบาลโรคร้ายแรง .....	1
ตารางที่ 1.2 แสดงเบี้ยประกันภัยรับตรงของสัญญาเพิ่มเติมประกันสุขภาพ.....	4
ตารางที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ ใน servqual แต่ละปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ.....	33
ตารางที่ 3.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ของแบบสอบถาม .....	59
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม .....	62
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ .....	63
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรวม.....	66
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท.....	66
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท .....	67
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ.....	69
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ.....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ.....	71
ตารางที่ 4.9	คะแนนเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวม.....	72
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม.....	72
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านเงื่อนไขตามสัญญา .....	73
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการให้บริการ.....	74
ตารางที่ 4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน.....	74
ตารางที่ 4.14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการต่ออายุสัญญา.....	75
ตารางที่ 4.15	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ.....	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอายุ ..... 78
ตารางที่ 4.17	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอายุ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ..... 79
ตารางที่ 4.18	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา ..... 80
ตารางที่ 4.19	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ ..... 82
ตารางที่ 4.20	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ ..... 83
ตารางที่ 4.21	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท ..... 85
ตารางที่ 4.22	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ..... 87



สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.23	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ.....	88
ตารางที่ 4.24	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ .....	90
ตารางที่ 4.25	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ .....	91
ตารางที่ 4.26	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามสถานภาพ .....	93
ตารางที่ 4.27	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน .....	94
ตารางที่ 4.28	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ .....	96
ตารางที่ 4.29	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ .....	97
ตารางที่ 4.30	ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ.....	98



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.31 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	100
ตารางที่ 4.32 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเงื่อนไขตามสัญญา .....	101
ตารางที่ 4.33 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ .....	102
ตารางที่ 4.34 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา .....	104
ตารางที่ 4.35 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส .....	106
ตารางที่ 4.36 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน .....	107
ตารางที่ 4.37 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านเงื่อนไขตามสัญญา .....	108
ตารางที่ 4.38 ผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 .....	109
ตารางที่ 4.39 ผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 .....	110

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย .....	7
ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองการวัดคุณภาพบริการของ Rust and Oliver .....	30
ภาพที่ 2.2 แสดงการรับรู้คุณภาพบริการ .....	35



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำประกันสุขภาพนับเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงในอนาคต เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดในอนาคตที่ไม่สามารถประมาณการสิ่งที่จะเกิดในอนาคตได้ การทำประกันสุขภาพมีประโยชน์หลายด้าน ได้แก่ การคุ้มครองผู้ทำประกันสุขภาพ ช่วยให้ผู้ทำประกันสามารถบริหารจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับชีวิตในอนาคตของผู้ทำประกันสุขภาพหรือครอบครัวให้ดีขึ้น ทำให้สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายทางการเงินที่จะเกิดขึ้นหากเกิดการสูญเสียกับผู้ทำประกันสุขภาพ การเพิ่มความมั่นคงทางการเงินให้กับผู้ทำประกันสุขภาพและครอบครัว เช่น เป็นเงินสำรองให้กับครอบครัวไว้ใช้ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการวางแผนการออมเงินและเป็นการลงทุนในระยะยาว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการวางแผนภาษีบุคคลธรรมดาได้อีกด้วย (ฉวีญา ภัทรกิจจานุรักษ์, 2560, น.1)

ตารางที่ 1.1 แสดงค่ารักษาพยาบาลโรคร้ายแรง

อันดับ	โรคร้าย	ค่าใช้จ่าย
1	โรคมะเร็ง	1,500,000
2	โรคตับ	650,000
3	โรคที่เกี่ยวข้องกับหัวใจ	600,000
4	เนื้องอกในสมอง	400,000
5	โรคที่เกี่ยวข้องกับหลอดเลือดสมอง	300,000

ที่มา : พิเชฐ เจียรณินทีวีสิน (2562, น.16)

จากตารางที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่าอัตราค่าดำเนินการรักษาพยาบาลโรคร้ายแรงมีค่าใช้จ่ายที่สูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ป่วยที่เป็นโรคมะเร็งที่มีอัตราค่ารักษาสูงถึง 1,500,000 หรืออาจสูงกว่านั้น วิธีที่จะช่วยลดอัตราค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่ดี คือ การทำประกันสุขภาพเป็นการประกันภัยประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นระบบที่ใช้วิธีให้ความรับผิดชอบทางการเงินของบุคคลมีความสัมพันธ์

กับค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น หมายความว่า ผู้ที่เจ็บป่วยมากต้องรับผิดชอบเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า ผู้ที่คาดว่าจะเจ็บป่วยน้อย การสำรองเงินของประกันภัยของผู้รับประกันภัย ทำโดยการเก็บเบี้ยประกันภัย (Premium) ซึ่งกำหนดมาจากการคำนวณความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้เอาประกันภัย หรือกลุ่มของผู้เอาประกันภัย ฉะนั้น ผู้ที่มีโอกาสเจ็บป่วยมากกว่าต้องจ่ายเบี้ยประกันภัยสูงกว่า เช่น ผู้สูงอายุต้องจ่ายเบี้ยประกันภัยมากกว่าบุคคลที่อายุน้อยกว่า ในการทำประกันภัยโดยผู้เอาประกันภัยกับผู้รับประกันภัยต้องทำสัญญาประกันภัย (Contract) ซึ่งระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับอัตราเบี้ยประกันภัย ระยะเวลาการจ่ายเบี้ยประกันภัย และสิทธิในการใช้บริการสุขภาพ รวมทั้งเงื่อนไขอื่น ๆ ในระบบนี้ ผู้เอาประกันภัยแต่ละคนจึงอาจจ่ายเบี้ยประกันภัยไม่เท่ากัน และอาจมีสิทธิในการใช้บริการประกันภัยสุขภาพที่แตกต่างกันไปตามสัญญาประกันภัยที่ทำขึ้น (เสาวคนธ์ รัตนวิจิตรศิลป์, 2545, น.13) การทำประกันสุขภาพจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยแบกรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบเหตุและครอบครัว อันเนื่องมาจาก การเจ็บป่วย เสียชีวิตหรือทุพพลภาพ นอกจากนี้ การทำประกันสุขภาพยังมีประโยชน์ในเรื่องการวางแผนทางการเงินที่จะช่วยให้มีค่ารักษาพยาบาลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยที่บริษัทเป็นผู้จ่าย (วันวานซ์ท์ วงศ์วิรัชจิต (2558, น. 1)

ทั้งนี้ ในการซื้อประกันสุขภาพอาจเป็นการซื้อกับบริษัทประกันวินาศภัย ในลักษณะกรมธรรม์ประกันภัยสุขภาพโดยตรง หรือซื้อกับบริษัทประกันชีวิตนั้น ผู้เอาประกันภัยอาจซื้อสัญญาเพิ่มเติมแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยสัญญาเพิ่มเติมนี้จะมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของบุคคล การทำประกันสุขภาพยังเป็นการตอบสนองความต้องการและป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นสำหรับการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ เนื่องจากคนส่วนใหญ่มีเวลาดูแลตัวเองน้อย เหตุมาจากเวลาส่วนใหญ่ได้หมดไปกับเวลาการทำงานเพื่อที่จะหารายได้มาดำรงชีวิต และส่งผลให้การเจ็บป่วยของคนในยุคปัจจุบันที่เกิดขึ้นแต่ละครั้ง นำไปสู่การสูญเสียเงินจำนวนมากสำหรับค่ารักษาพยาบาล จึงมีคนบางกลุ่มถ้าเจ็บป่วยที่ไม่ถึงกับทนไม่ไหว ก็จะยังไม่ไปพบแพทย์เพื่อทำการรักษาจะยังคงอดทนไว้ เนื่องจากเสียขายเงิน และเสียขายรายได้จากการทำงาน การทำประกันสุขภาพเพื่อนำมาใช้ในยามเจ็บป่วยจึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับคนในยุคสมัยนี้อย่างมาก และที่สำคัญประกันสุขภาพนอกจากจะเป็นตัวช่วยในการบริหารความเสี่ยงแล้วยังถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางออมเงินให้กับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพอีกด้วย เพราะทำให้ผู้ป่วยสามารถลดการแบกรับค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาลได้เป็นจำนวนมาก หากในกรณีที่จะต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลสำหรับการเจ็บป่วย (อารณี ทองเจริญสุขชัย, 2560, น. 6)

เนื่องด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้คนไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการซื้อประกันสุขภาพในลักษณะเป็นการซื้อแบบพ่วง และต่ออายุได้ ได้แก่

ประกันสุขภาพเพื่อการรักษาพยาบาล ดูแลทั้งผู้ป่วยนอก OPD (Out-Patient Department) และผู้ป่วยใน IPD (In-Patient Department หรือ IPD) ซึ่งประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident Insurance หรือ PA) เป็นต้น หรือเป็นชื่อประกันสุขภาพแบบเดี่ยว ซึ่งเป็นการคุ้มครองแบบปีต่อปี ทำให้เห็นว่าการเติบโตของเบี้ยประกันสุขภาพเพิ่มขึ้น (ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย) ในปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยรวมทั้งสิ้น 82,735,873,156.49 บาท เมื่อเทียบกับเบี้ยประกันสุขภาพ (ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย) ในปี 2562 มีเบี้ยประกันภัยรวมทั้งสิ้น 91,459,365,462.10 บาท เพิ่มขึ้น 8,723,492,305.61 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.54 และเมื่อเปรียบเทียบเบี้ยประกันสุขภาพ (ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย) ในไตรมาสแรกของปี 2562 มีเบี้ยประกันภัยรวมทั้งสิ้น 23,832,097,072.76 บาท กับไตรมาสแรกของปี 2563 มีเบี้ยประกันภัยรวมทั้งสิ้น 29,408,063,533.41 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 5,575,966,460.65 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.40 (กรุงเทพมหานคร, 2563) นอกจากนี้ การที่รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ประชาชนได้ทำประกันสุขภาพ โดยสามารถนำเบี้ยประกันสุขภาพ รวมถึงเบี้ยประกันภัยอุบัติเหตุที่คุ้มครองสุขภาพไปลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 25,000 บาท และเมื่อรวมกับเบี้ยประกันชีวิตทั่วไปแล้วต้องไม่เกิน 100,000 บาท ประกอบกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการส่งเสริมการประกันสุขภาพภาคเอกชนให้เติบโตเช่นกัน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2563)

ในปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิต จำนวน 24 บริษัท (สถิติเบี้ยประกันภัยรับตรง รายบริษัทประกันชีวิต ตามตารางที่ 1.1) และประกันวินาศภัย จำนวน 57 บริษัท (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (สำนักงาน คปภ.), ม.ป.ป.) ซึ่งได้เสนอขายประกันสุขภาพ ที่จะต้องมีการแข่งขันกันอย่างสูง เพื่อจูงใจลูกค้าให้หันมาซื้อประกันสุขภาพกับบริษัทตน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ เกี่ยวกับการประกันสุขภาพ การพัฒนาช่องทางการขายประกันภัย การพัฒนาความรู้และเทคนิคการขายให้แก่ตัวแทน/นายหน้าประกันภัย รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ความรู้และขายประกันสุขภาพ แต่ที่สำคัญเหนืออื่นใด ก็คือ การพัฒนาคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ประกอบไปด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพบริษัท ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ด้านความรวดเร็วจากการใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ ของบริษัทประกันภัยให้เป็นที่ประทับใจแก่ผู้เอาประกันภัย สุขภาพ ดังในงานวิจัยของชนะกานต์ แพน้อย (2562), สุภรดา เตือกงาม (2560) และวันวันนัชท์ วงศ์วิรัชจิต (2558) ซึ่งแม้จะงานที่ศึกษาในด้านการประกันภัยรถยนต์และประกันชีวิต แต่ก็ได้ยืนยันถึงความสำคัญของของคุณภาพบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจนเกิดความพึงใจที่ได้จากบริษัทประกันภัยที่จะใช้บริการตามเงื่อนไขตามสัญญา การบริการ การจ่ายค่าสินไหมทดแทน และการ

ไม่ต่ออายุสัญญา ทางบริษัทจะต้องทำการระบุไว้ให้ชัดเจน และผู้ทำประกันสุขภาพต้องอ่านให้ละเอียดก่อนที่จะทำการเซ็นสัญญา (สุทิสานนท์, 2559, น. 2)

สำหรับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2481 ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ได้ขยายการประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าบุคคลและองค์กร ผ่านบริการและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย อาทิ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ประกันภัยอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ประกันชีวิตกลุ่ม ประกันสินเชื่อ การประกันชีวิตควบการลงทุน และให้บริการเป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ปัจจุบันกว่า 1 ใน 3 ของกรมธรรม์ประกันชีวิตในประเทศไทยเป็นของเอบีซี บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิต 50,000 คน กระจายอยู่ทั่วประเทศและให้บริการลูกค้ากว่า 5.27 ล้านคน ด้วยจำนวนกรมธรรม์กว่า 8.12 ล้านฉบับ นอกจากนี้ เอบีซียังเป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำที่ริเริ่มใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น iPoS+ และ AIA iService เพื่อสนับสนุนการขายและให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และครบวงจร อีกทั้งยังมียอดขายผลิตภัณฑ์ และจำนวนตัวแทนประกันชีวิตที่ได้รับอนุญาต IC License สูงสุด นอกจากนี้บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยมี “สุขภาพและชีวิตที่ดีขึ้น” อีกทั้งยังยึดมั่นในการตอบแทนสังคมอย่างแท้จริงผ่าน โครงการเพื่อสังคมต่าง ๆ เช่น โครงการทำดีร่วมกัน (ABC แชร่ริง อะไลฟ์ เดย์) โครงการห้องสมุดเอบีซี โครงการ ABC สร้างรอยยิ้ม และโครงการ ABC ก้าวใหม่ ชีวิตใหม่ เป็นต้น

ตารางที่ 1.2 แสดงเบี้ยประกันภัยรับตรงของสัญญาเพิ่มเติมประกันสุขภาพ

หน่วย : พันบาท

บริษัทประกันชีวิต	ปี (พ.ศ.)		
	2563	2562	2561
บมจ. ซันบับ ไลฟ์ ประกันชีวิต	497,462.14	419,601.19	338,836.82
บจ. เอ ไอ เอ	40,728,340.90	38,679,140.13	34,735,482.64
บมจ. แอ็ดวานซ์ ไลฟ์ ประกันชีวิต	11,695.76	14,139.27	17,122.67
บมจ. อลิอันซ์ ออยุธยา ประกันชีวิต	8,653,919.44	8,096,972.25	7,150,813.56
บมจ. กรุงเทพประกันชีวิต	3,334,394.60	3,093,428.60	3,108,320.05
บมจ. บางกอกสหประกันชีวิต	29,866.86	29.85	26,438.33
บมจ. ทิพยประกันชีวิต	167,798.21	104,968.33	76,669.04
บมจ. เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต	2,507,070.25	1,454,092.98	1,278,422.94
บมจ. เจนเนอรัล ประกันชีวิต (ไทยแลนด์)	1,609,020.53	1,620,000.65	1,821,644.19
บมจ. กรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต	5,887,777.26	5,393,379.25	4,419,783.80



ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

บริษัทประกันชีวิต	ปี (พ.ศ.)		
	2563	2562	2561
บมจ. แมนูไลฟ์ ประกันชีวิต (ประเทศไทย)	32,143.93	37,889.35	48,108.71
บมจ. เมืองไทยประกันชีวิต	6,981,487.74	6,695,328.86	5,893,970.33
บมจ. ไทยสมุทรประกันชีวิต	1,115,591.63	1,155,593.59	1,002,627.38
บมจ. ฟิสิกส์ประกันชีวิต	756,791.54	375,632.15	189,799.51
บมจ. พรูเด็นเชียล ประกันชีวิต (ประเทศไทย)	956,573.65	1,081,532.94	1,011,112.30
บมจ. สหประกันชีวิต	-	11,034.14	106,997.71
บมจ. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	-	402,745.31	399,000.39
บมจ. เอ็ม บี เค ไลฟ์ ประกันชีวิต	17,033.09	17,390.22	25,623.12
บมจ. อาคเนย์ประกันชีวิต	702,916.14	713,697.49	637,454.10
บมจ. ไทยประกันชีวิต	8,825,525.86	8,782,079.79	9,372,429.92
บมจ. โศกียามารีนประกันชีวิต (ประเทศไทย)	2,448,435.20	2,016,815.28	1,500,022.67
บมจ. ไทยซัมซุงประกันชีวิต	316,514.68	280,602.57	282,478.47
<b>รวม</b>	<b>85,580,359.39</b>	<b>80,446,094.16</b>	<b>73,443,158.64</b>

ที่มา : สมาคมประกันชีวิตไทย (สถิติรายปี 2561-2563, [https://www.tlaa.org/page\\_statistics.php?cid=35](https://www.tlaa.org/page_statistics.php?cid=35))

จากตารางที่ 1.2 จะแสดงเบี้ยประกันภัยรับตรงของสัญญาเพิ่มเติมประกันสุขภาพ แสดงให้เห็นว่ายอดในการซื้อประกันปี 2563 มียอดขายที่เพิ่มขึ้นกว่าปี 2562 และ 2561 เป็นอย่างมาก ในขณะที่เดียวกัน บริษัทประกันภัยที่ขายประกันสุขภาพให้แก่ลูกค้าที่เอาประกันภัยสุขภาพ มักจะมีปัญหาในการบริการดังนี้ ประการที่หนึ่ง กระบวนการเบิกค่าชดเชยจากค่าใช้จ่ายการรักษาตัวของบริษัทประกันภัยในประเทศไทย จะมีความยุ่งยากในการพิสูจน์มาก และบางครั้งบริษัทประกันภัยไม่ยินยอมให้เบิกได้ จึงทำให้คนที่รู้สึกลูกถูกเอาเปรียบ หรือบางรายมีการเบิกค่าใช้จ่ายสูงและบริษัทประกันภัยรายนั้นไม่ยินยอมต่ออายุให้ ซึ่งทำให้ผู้ซื้อประกันสุขภาพเสียโอกาสไปโดยปริยาย ประการที่สอง ปัญหาของเงื่อนไขการคุ้มครองในกรมธรรม์ประกันสุขภาพ ได้แก่ ผลัดกันที่ประกันภัยสุขภาพยังไม่ครอบคลุมประกันการรักษาพยาบาลได้ทั้งระบบ ตั้งแต่ “ก่อน” การรักษาตัวในโรงพยาบาล ช่วงรักษาตัวในโรงพยาบาล และการดูแลในช่วงหลังออกจากโรงพยาบาล ซึ่งหากกรณีผู้ถือประกันสุขภาพ ตกอยู่ในภาวะทุพพลภาพหรือพิการ ยังมีความจำเป็นจะต้องมีการดูแล หรือทำกายภาพบำบัดในระยะยาว และประการที่สาม ปัญหาการพิจารณาปรับเบี้ยประกันภัย หรือ

ลดเบียดเบียนกันของบริษัทยักษ์ยั้งไม่มีความชัดเจน กล่าวคือ การพิจารณาปรับเบียดเบียนกัน  
เพิ่มจากการเคลมประกัน (Claim) เป็นรายบุคคล แทนที่จะพิจารณาจากสถิติการปรับประกัน  
สุขภาพโดยรวมของทั้งพอร์ต ฯลฯ เป็นต้น บริษัทขายประกันจึงจะเป็นที่จะต้องปรับปรุงข้อเงื่อนไข  
ต่างๆ เพื่อลดปัญหาการจ่ายเบียดเบียนที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้ซื้อประกัน จึงต้องมีการศึกษาความ  
พึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อไป (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2561)

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการและความ  
พึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร  
และปริมณฑล เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้เสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการ  
ของธุรกิจประกันสุขภาพ รวมทั้งแก้ไขปัญหาการบริการประกันสุขภาพให้แก่ผู้เอาประกันกัน  
จากการสอบถามความพึงพอใจ ในอันที่จะทำให้วงการประกันสุขภาพเป็นประโยชน์แก่ประชาชน  
โดยทั่วไป ตลอดจนเป็นแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจประกันสุขภาพต่อไปด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC  
จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด  
(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

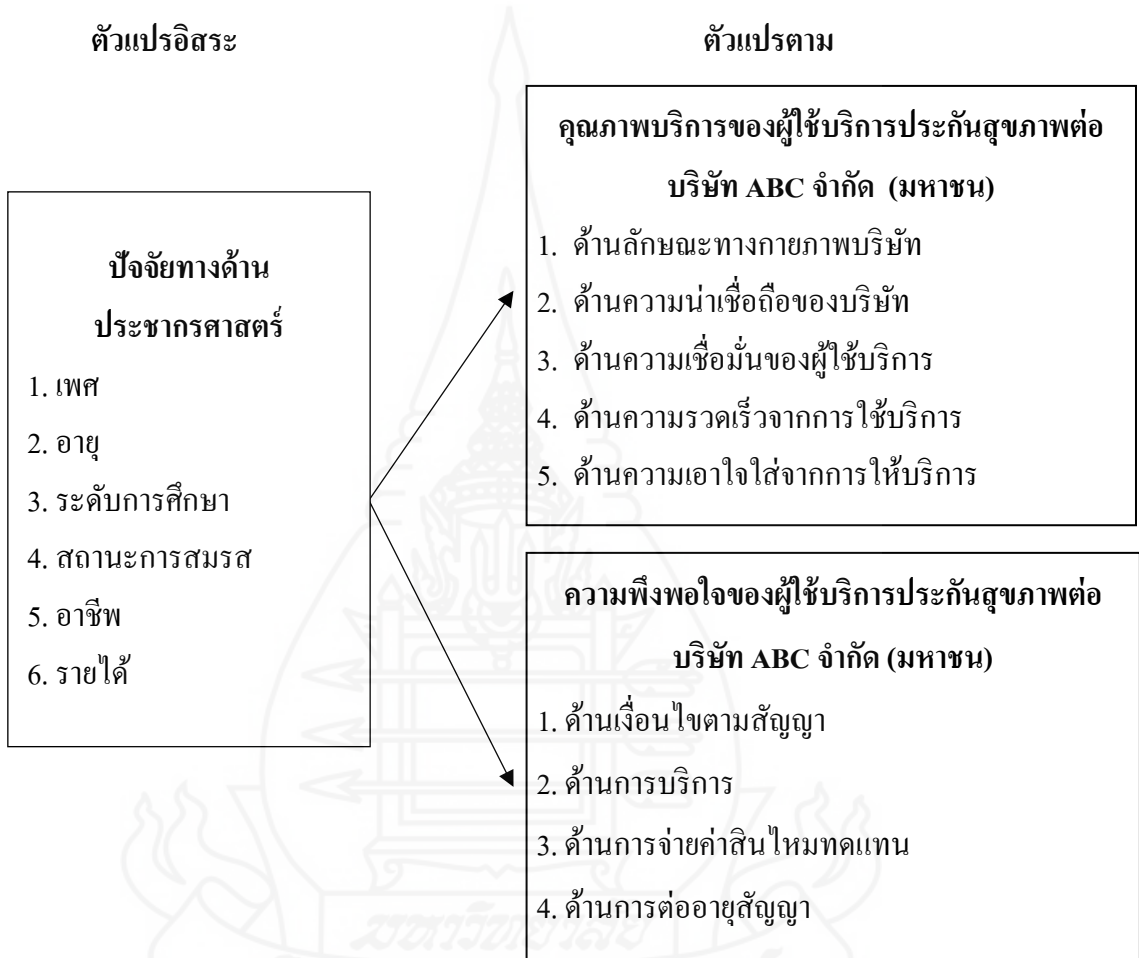
2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อ  
บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้าน  
ประชากรศาสตร์

2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC  
จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์



### 3. กรอบวิจัยที่ใช้การศึกษา

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษา จึงขอเสนอกรอบวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 4. สมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มีสมมติฐานการศึกษาดังนี้

4.1 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน

4.2 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

##### 5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ และมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น เนื่องจากมีประชากรที่ทำประกันสุขภาพ และมีประวัติการเคลมประกันมาก มีจำนวน 2,675 คน

5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ และมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากประชากรขนาดใหญ่ และทราบจำนวนประชาชน ซึ่งมีจำนวน 2,675 คน (สถิติข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับ และส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ปี 2563) ดังนั้นใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ได้ขนาดตัวอย่าง 348 ตัวอย่าง การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูล เป็นการใช่แบบฟอร์มแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) และทำการส่งลิงค์ของแบบสอบถามผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line application, E-mail เป็นต้น

## 5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

**5.2.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)** คือ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพ ซึ่งใช้รายละเอียดตัวแปรตาม การรับรู้คุณภาพบริการ โดยตัวแบบของ SERVQUAL Model ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) เป็นตัวประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ และด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยกำหนดไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ด้านการให้บริการ ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และด้านการต่ออายุสัญญา

**5.2.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)** คือ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน

**5.3 ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์สินค้าประกันสุขภาพ** การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะสัญญาประกันสุขภาพ

**5.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา** การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล และศึกษาวิจัยระหว่างสิงหาคม 2564 ถึง ธันวาคม 2564

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 การประกันสุขภาพ** หมายถึง การประกันภัยที่บริษัทประกันภัยตกลงที่จะจ่ายชดเชยสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะค่ารักษาพยาบาลนั้นจะเกิดขึ้นจากการเจ็บป่วยจากโรคภัย หรือการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ

**6.2 บริษัทประกันภัย** หมายถึง บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิต เพื่อรับประกันต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยสัญญาว่าจะจ่ายชดเชยให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้รับประกันภัยผู้ให้บริการเสียชีวิต และอาจมีความคุ้มครองอื่น ๆ เช่น การประกันภัยอุบัติเหตุและสูญเสียอวัยวะ การประกันภัยกรณีทุพพลภาพ หรือการประกันสุขภาพ เป็นต้น และบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ให้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย เพื่อรับประกันต่อความเสียหายต่าง ๆ เช่น อัคคีภัย ภัยรถยนต์ ภัยทางทะเลและขนส่ง เป็นต้น

**6.3 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ** หมายถึง บุคคลที่ตกลงทำสัญญาประกันสุขภาพกับบริษัทประกันภัย โดยตกลงจ่ายเบี้ยประกันภัยให้แก่บริษัทประกันภัย

**6.4 กรมธรรม์ประกันสุขภาพ หรือสัญญาเพิ่มเติมการประกันสุขภาพ** หมายถึง ข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งบริษัทประกันภัยตกลงที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการรักษาพยาบาลของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ไม่ว่าค่ารักษาพยาบาลนั้นจะเกิดขึ้นจากการเจ็บป่วยจากโรคร้าย หรือการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุให้แก่ผู้เอาประกันภัย

**6.5 การรับรู้** หมายถึง การแปลความหมายที่เกิดจากการรับสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลได้แก่การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้รสชาติ และการได้สัมผัส โดยการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความรู้เดิมของผู้ที่ได้รับสัมผัส

**6.6 คุณภาพบริการ (Service Quality)** หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจ ถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ โดยมีตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) ใน 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

ด้านที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ

ด้านที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ

ด้านที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ด้านที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

**6.7 ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ ทั้งนี้

ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับประกอบไปด้วย 4 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา หมายถึง เงื่อนไขทั่วไปในการควบคุมครองข้อกำหนดและข้อข้งเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจนและไม่คลุมเครือ การให้บริการ ของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยในที่จะเข้าใช้บริการในโรงพยาบาลมีจำกัด และค่าบริการ ค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษาทางการแพทย์มีข้อจำกัดในการให้บริการ

ด้านที่ 2 ด้านการให้บริการ หมายถึง การให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญาล่าช้า ไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบทางไลน์ และตอบทางโทรศัพท์ล่าช้า เป็นต้น พนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญาอย่างเพียงพอ และมีช่องทาง การแจ้งเตือนและติดตามการจ่ายเบี้ยประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา

ด้านที่ 3 ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน หมายถึง การจ่ายค่าสินไหมทดแทน เป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนด บริษัทมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตามเงื่อนไขของสัญญา และบริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐานที่ผู้ประกันนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิดความจริง

ด้านที่ 4 ด้านการต่ออายุสัญญา หมายถึง ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งด้านการต่ออายุสัญญาปรับ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความเสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงินความคุ้มครองตามสัญญา และไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่าอายุเกินตามที่เงื่อนไขสัญญา กำหนดไว้

**6.8 ปัญหาของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ** หมายถึง ปัญหาที่เกิดจากความไม่ชัดเจนของสัญญาประกันสุขภาพ การบริการของบริษัทประกันภัยต่อผู้ให้บริการ ในเรื่องความล่าช้าในการเบิกจ่ายค่าสินไหมทดแทน และการไม่ต่ออายุสัญญา เป็นต้น

**6.9 บริษัท ABC จำกัด (มหาชน)** หมายถึง บริษัท เอไอเอ จำกัด ซึ่งบริษัทประกันภัยในเครือเอไอเอ โดยทำตลาดในเอเชีย และมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ฮ่องกง และเป็นบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

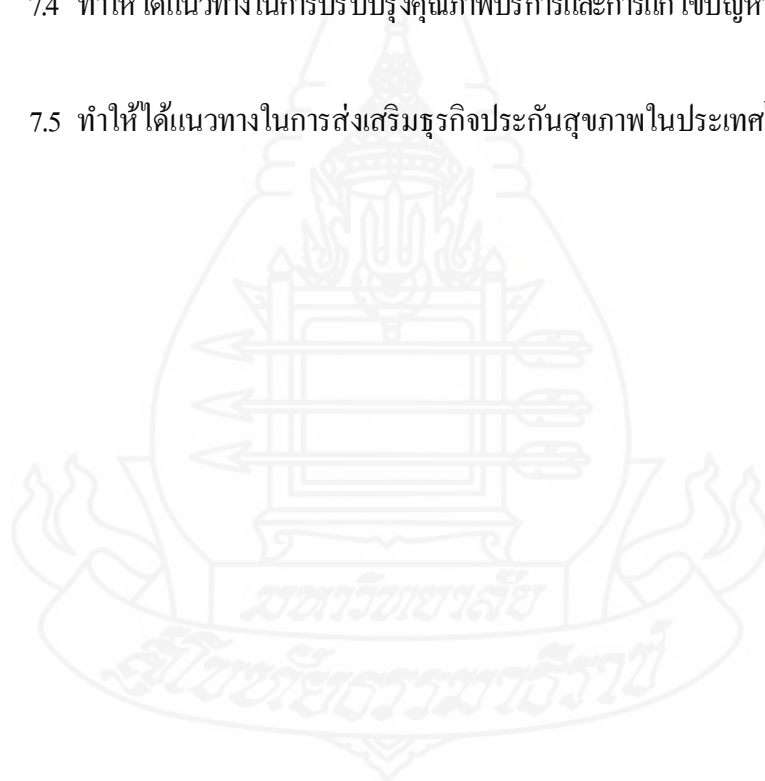
7.1 ทำให้ทราบถึงระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการยิ่งขึ้น

7.2 ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการยิ่งขึ้น

7.3 ทำให้ได้ข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการและแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)

7.4 ทำให้ได้แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการและการแก้ไขปัญหาของบริษัทประกันภัยอื่นๆ

7.5 ทำให้ได้แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจประกันสุขภาพในประเทศไทยต่อไปในอนาคต



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อ บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูล และได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาทำการวิจัยในครั้งนี้ที่มีสาระที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับประกันภัย
2. แนวความคิดการประกันสุขภาพ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
4. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
5. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวความคิดเกี่ยวกับประกันภัย

การประกันภัย เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อน เมื่อเกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินต่าง ๆ ที่ได้ทำประกันภัยไว้ โดยการเฉลี่ยหรือการกระจายความเสียหายไปยังสมาชิกที่ทำประกันภัย โดยมีบริษัทประกันภัยเป็นผู้ทำหน้าที่เก็บเบี้ยประกันภัย และชดเชย ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในสัญญาประกันภัย

**1.1 ความสำคัญของการประกันภัย** (สำนักงานคณะกรรมการกำกับ และส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2556, น. 1) สามารถแบ่งเป็นต่อบุคคล สังคม และเศรษฐกิจได้ ดังนี้

**1.1.1 ความสำคัญต่อผู้เอาประกันภัย** คือ การให้ความคุ้มครองและเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ชีวิตของตนเอง และครอบครัว

**1.1.2 ความสำคัญต่อสังคม** คือ เป็นหลักประกันความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันภัย และช่วยแบ่งเบาภาระของสังคมทำให้เกิดความมั่นใจ หากเกิดอุบัติเหตุและความเสียหายขึ้น ผู้ประสบภัย จะได้รับการชดเชยค่าสินไหมทดแทน



**1.1.3 ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ** เงินที่ได้จากการเก็บเบี้ยประกันภัยเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศในการกู้ยืมมาลงทุนทำธุรกิจหรือขยายธุรกิจให้มีความเจริญ ก้าวหน้าสำหรับธุรกิจที่ทำการประกันภัยจะได้รับความคุ้มครองในทรัพย์สินที่ได้ทำประกันภัยไว้ ทำให้เกิดความมั่นคงในกิจการ

**1.2 ประโยชน์ของการประกันภัย** ปัจจุบันการประกันภัยได้เข้ามามีบทบาทกับมนุษย์ ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ เป็นประโยชน์ให้ทั้งบุคคลและนิติบุคคลอย่างมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

### **1.2.1 ประโยชน์ต่อผู้เอาประกันภัยที่ซื้อประกันภัย**

- 1) ให้ความคุ้มครองต่อบุคคล ครอบครัวและทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัย
- 2) ช่วยปลูกฝังให้เกิดนิสัยประหยัดและช่วยให้เกิดการออม

### **1.2.2 ประโยชน์ต่อธุรกิจและผู้ประกอบการ**

- 1) ช่วยให้เกิดความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ
- 2) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพราะผู้บริหารไม่ต้องเสียเวลาเป็นกังวลเกี่ยวกับการเสี่ยงภัย
- 3) ช่วยในการขยายเครดิต ลดความเสี่ยงของผู้ให้กู้จากหนี้สูญ
- 4) ช่วยให้เกิดเสถียรภาพในต้นทุนการผลิต
- 5) ช่วยส่งเสริมธุรกิจบางประเภทให้เจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงภัยมาก ๆ

### **1.2.3 ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม**

- 1) ช่วยระดมทุนเพื่อการพัฒนาประเทศ
- 2) ช่วยลดภาระแก่สังคมและรัฐบาล

**1.3 การบริหารความเสี่ยงภัย** เป็นแผนการและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงานอย่างเป็นระบบในการระบุเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงภัย และการประเมินความเสียหายที่เกิดขึ้น รวมถึงเป็นการเลือกวิธีการบริหารความเสี่ยงภัย ซึ่งมีหลายรูปแบบ

### **1.3.1 ลักษณะของการเสี่ยงภัยที่สามารถเอาประกันภัยได้** มีดังนี้

- 1) ความเสี่ยงภัยนั้นควรเป็นความเสี่ยงภัยที่แท้จริงและเป็นความเสี่ยงภัยจำเพาะ
- 2) ความเสี่ยงภัยนั้นจะต้องมีหน่วยที่คล้ายคลึงกันเป็นจำนวนมาก
- 3) ความเสียหายที่จะเกิดขึ้นนั้น ต้องเป็นอุบัติเหตุและไม่ได้เกิดจากการกระทำโดยเจตนาของผู้เอาประกันภัย



4) ความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ต้องสามารถหาสาเหตุและประเมินความเสียหายเป็นตัวเลขได้

5) ความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นต้องไม่เป็นมหันตภัย

6) ความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้น ผู้เอาประกันต้องมีส่วนได้ส่วนเสียด้วย

7) โอกาสที่จะเกิดความเสียหายต้องคำนวณหรือประมาณได้

### 1.3.2 การหาวิธีจัดการกับความเสียหาย โดยทั่วไปแบ่งออกได้เป็น

1) การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงภัย (Risk Avoidance) โดยการพยายามหลีกเลี่ยงงาน หรือสาเหตุที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายนั้น

2) การลดความเสี่ยงภัย (Risk Reduction) ทำได้โดยการป้องกันการเกิดความเสียหาย จะกระทำก่อนที่จะมีความเสียหายขึ้น เช่น การตรวจสภาพเครื่องยนต์ให้อยู่ในสภาพปลอดภัยอยู่เสมอ เป็นต้น

(1) การควบคุมความเสียหาย กระทำในขณะที่หรือภายหลังจากที่มีความเสียหายเกิดขึ้น เช่น การที่เจ้าหน้าที่ดับเพลิงทำการดับเพลิงที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที เป็นต้น

(2) การแยกทรัพย์สิน เช่น การตั้งโรงงานและโกดังไว้คนละสถานที่

3) การรับเสี่ยงภัยไว้เอง (Risk Retention) คือ การรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากภัยไว้เอง เนื่องจากภัยบางอย่างอาจเล็กน้อยจนไม่จำเป็นต้องหาวิธีจัดการกับความเสียหาย เช่น ความเสื่อมสภาพของวัสดุสำนักงาน เป็นต้น

4) การโอนความเสี่ยงภัย (Risk Transfer) เป็นวิธีการจัดการกับความเสียหาย ที่ได้รับความนิยมนมากที่สุดวิธีหนึ่ง ด้วยการโอนความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับความเสียหายทางการเงินและความรับผิดชอบต่าง ๆ ไปให้บุคคลอื่นรับภาระแทน ทำได้ 2 วิธี คือ

(1) การโอนความเสี่ยงภัยในรูปแบบของการประกันภัย (Insurance Transfer)

(2) การโอนความเสี่ยงภัยไปให้บุคคลอื่นที่ไม่ใช่การประกันภัย (Non-Insurance Transfer) เช่น การจ้างบริษัทอื่นทำความสะอาดภายนอกอาคารสูง เป็นต้น

สรุปได้ว่า การประกันภัย เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อน เมื่อเกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สิน แบ่งเป็นต่อบุคคล สังคม และเศรษฐกิจเป็นหลักประกันความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันภัย และช่วยแบ่งเบาภาระของสังคมให้ความคุ้มครองเกิดนิสัยประหยัด เกิดความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ และเป็นการวางแผนการใช้จ่ายเงินในอนาคตได้ เมื่อประสบความเสียหาย ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงได้มาใช้ในการศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)

ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อนำไปพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงระบบการให้บริการต่อไป

## 2. แนวความคิดการประกันสุขภาพ

### 2.1 ความหมาย

การประกันสุขภาพ คือ การที่บริษัทประกันภัยตกลงที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการรักษาพยาบาลของผู้เอาประกันภัย เนื่องจากการบาดเจ็บและการเจ็บป่วย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2556, น. 5) โดยการซื้อจากบริษัทประกันวินาศภัยจะได้รับกรมธรรม์ประกันภัยสุขภาพ หรือซื้อจากบริษัทประกันชีวิตจะได้รับสัญญาเพิ่มเติมการประกันสุขภาพ

### 2.2 ประเภทของการประกันสุขภาพ

การประกันสุขภาพ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การประกันสุขภาพส่วนบุคคล และการประกันสุขภาพกลุ่ม (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2556, น. 6)

#### 2.2.1 การประกันสุขภาพส่วนบุคคล

1) ความคุ้มครอง ให้ความคุ้มครองเฉพาะบุคคลคนเดียว ความคุ้มครองหลักๆ แบ่งออกเป็น 7 หมวด ดังนี้

(1) การรักษาตัวในโรงพยาบาล ให้ความคุ้มครองเมื่อผู้เอาประกันภัยบาดเจ็บเนื่องจากอุบัติเหตุหรือการป่วยไข้ มีความจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยใน โดยมีการชดเชยค่าใช้จ่าย คือ ค่าห้องและค่าอาหาร ค่าบริการทั่วไป ค่าใช้จ่าย ในกรณีที่มีการรักษาพยาบาลหรือผ่าตัดฉุกเฉินภายในระยะเวลา 24 ชั่วโมงภายหลังการเกิดอุบัติเหตุ

(2) การรักษาพยาบาลโดยการผ่าตัด ให้ความคุ้มครองสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจาก (2.1) การผ่าตัดโดยแพทย์หรือศัลยแพทย์ และ (2.2) การปรึกษาแพทย์ในกรณีที่มีการผ่าตัด

(3) การดูแลโดยแพทย์ ให้ความคุ้มครองค่าใช้จ่ายในการดูแลโดยแพทย์ของโรงพยาบาล แต่ละวันหรือค่าแพทย์เยี่ยมไข้ ค่าปรึกษาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะโรค

(4) การรักษาพยาบาลแบบผู้ป่วยนอกหรือคลินิก ในกรณีที่มาพบแพทย์เพื่อติดตามอาการภายหลังออกจากโรงพยาบาล หรือมีความจำเป็นในการรับการรักษาฟื้นฟูต่อเนื่อง

(5) การคลอดบุตร โดยผู้เอาประกันภัยสามารถซื้อเพิ่มเติมได้ เป็นการขยายความคุ้มครองให้แก่ผู้เอาประกันภัย

(6) การรักษาฟัน โดยผู้เอาประกันภัยสามารถซื้อเพิ่มเติม เป็นการขยายความคุ้มครองให้แก่ผู้เอาประกันภัย

(7) การชดเชยค่าใช้จ่าย อันเกิดขึ้นจากการบริการ โดยพยาบาลพิเศษ ขณะพักรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาล หรือที่บ้านภายหลังออกจากโรงพยาบาลที่มีความจำเป็นตามคำสั่งการรักษาของแพทย์

## 2) ข้อยกเว้น

(1) อาการเรื้อรัง สภาพความเจ็บป่วย ที่เกิดขึ้นก่อนวันที่ทำประกันภัย หรือการรักษาความบกพร่องของร่างกายที่มีมาแต่กำเนิด เช่น ผู้สมัครทำประกันภัยป่วยเป็นโรคเบาหวาน จะไม่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาล ค่ายา รวมถึงการรักษาภาวะแทรกซ้อนจากโรคเบาหวานได้ โดยบริษัทต้องพิสูจน์แล้วว่าผู้เอาประกันภัยเป็นโรคเบาหวานมาก่อนการขอเอาประกันภัยจริง จึงมีสิทธิปฏิเสธความคุ้มครองได้ นั่นจึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งทำให้การจ่ายค่ารักษาแก่ผู้เอาประกันภัยไม่สามารถจ่ายให้ได้อย่างรวดเร็วทันที ซึ่งการที่ผู้เอาประกันภัยได้แถลงข้อความจริงเกี่ยวกับการเจ็บป่วยของตนตั้งแต่วันที่สมัครทำประกันภัย จะมีผลทำให้บริษัทสามารถรับประกันภัยได้ แต่จะมีข้อยกเว้นการรักษาโรคเบาหวานไว้ โดยจะเพิ่มเบี้ยประกันภัยตามความเสี่ยงของตัวโรคและอายุของผู้สมัครทำประกันภัย แต่ในกรณีที่พิสูจน์แล้วว่าเป็นโรคเรื้อรังภายหลังการสมัคร บริษัทจะต้องให้ความคุ้มครองตามสัญญาประกันภัย

(2) สภาพความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นก่อนวันที่ทำประกันภัย หรือการรักษาความบกพร่องของร่างกายที่มีมาแต่กำเนิด เช่น ผู้สมัครทำประกันภัยป่วยเป็นโรคเบาหวาน จะไม่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาล ค่ายา รวมถึงการรักษาภาวะแทรกซ้อนจากโรคเบาหวานได้ โดยบริษัทต้องพิสูจน์แล้วว่าผู้เอาประกันภัยเป็นโรคเบาหวานมาก่อนการสมัครทำประกันภัยจริง จึงมีสิทธิปฏิเสธความคุ้มครองได้ นั่นจึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งทำให้การจ่ายค่ารักษาแก่ผู้เอาประกันภัยไม่สามารถจ่ายให้ได้อย่างรวดเร็วทันที ซึ่งการที่ผู้เอาประกันภัยได้แถลงข้อความจริงเกี่ยวกับการเจ็บป่วยของตนตั้งแต่วันที่สมัครทำประกันภัย จะมีผลทำให้บริษัทสามารถรับประกันภัยได้ แต่จะมีข้อยกเว้นการรักษาโรคเบาหวานไว้ โดยจะเพิ่มค่าเบี้ยประกันภัยตามความเสี่ยงของตัวโรค และอายุของผู้สมัครทำประกันภัย แต่ในกรณีที่พิสูจน์แล้วว่าเป็นโรคเรื้อรังภายหลังการสมัคร บริษัทจะต้องให้ความคุ้มครองตามสัญญาประกันสุขภาพส่วนบุคคล

(3) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นที่จำเป็นสมควรทางการแพทย์ เช่น ค่าอาหารพิเศษ ความจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลในฐานะผู้ป่วยใน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาพยาบาล เป็นต้น

(4) การบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาล หรือการรักษา เพื่อความสวยงาม เช่น สิว ฝ้า และริ้วรอย เป็นต้น

(5) การกระทำของผู้เอาประกันภัยเอง เช่น การดื่มสุราจนไม่มีสติ รวมถึงโรคหรืออาการพิษสุรา เช่น ภาวะอาหารอักเสบจากสุรา ตับอักเสบจากสุรา ซ้อยกเว้นนี้ ระบุไว้ในสัญญาประกันภัยที่ผู้เอาประกันภัย ควรศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดการเรียกร้องค่ารักษาพยาบาลจากบริษัท เหตุผลกรณีที่บริษัทปฏิเสธในการจ่ายค่ารักษาพยาบาล การยกเว้นขึ้นกับผู้พิจารณาที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาทางการแพทย์ และบนพื้นฐานข้อมูลการพิจารณาโดยอ้างอิงจากหลักฐานทางการแพทย์ที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อเป็นการป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค และการที่มีหลักฐานทางการแพทย์ รวมถึงข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาเป็นหลักฐานยืนยันที่จะช่วยป้องกันการถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคได้

### 3) เงื่อนไขทั่วไปและข้อกำหนด

เป็น ข้อความที่ระบุไว้ในสัญญาประกันภัยที่ผู้เอาประกันภัยควรต้องทราบเกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่ของผู้เอาประกันภัยและบริษัทประกันภัย โดยสัญญาประกันภัยเกิดจากการที่บริษัทเชื่อถือ ข้อตกลงของผู้เอาประกันภัยที่ได้ให้ข้อมูลในใบคำขอเอาประกันภัย และใบแถลงเกี่ยวกับสุขภาพ รวมทั้งเอกสารข้อตกลงเพิ่มเติม โดยผู้เอาประกันภัยได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐานในการตกลงรับประกันภัยตามสัญญาประกันภัย บริษัทจึงได้ออกกรมธรรม์ประกันภัย / สัญญาเพิ่มเติม เอกสารสรุปข้อกำหนด ข้อตกลงคุ้มครอง และซ้อยกเว้นไว้ในกรณีของผู้เอาประกันภัย แถลงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดความจริงไว้ไม่แจ้งให้บริษัททราบ ถ้าบริษัททราบความจริงนั้นสามารถเก็บเบี้ยประกันภัยให้สูงขึ้น หรือไม่รับทำสัญญาประกันภัยได้ถ้ามีโรคร้ายแรง สัญญาประกันภัยจะตกเป็นโมฆียะ ตามมาตรา 865 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บริษัทมีสิทธิบอกล้างสัญญาประกันภัยได้

(1) สภาพที่เป็นมาก่อนการเอาประกันภัย (Pre-existing condition) - หมายถึง อาการเจ็บป่วยที่ผู้เอาประกันภัยทราบถึงความผิดปกติและต้องได้รับการรักษา เช่น ผู้เอาประกันภัยทราบว่าตนเป็นโรคความดันโลหิตและไม่ได้ทำการรักษาจนเกิดภาวะแทรกซ้อนเป็นโรคไตวายเรื้อรัง (National Heart, Lung and Blood Institute, 2015) แต่ไม่ได้แจ้งบริษัทประกันภัยรับทราบ บริษัทมีสิทธิที่จะปฏิเสธความคุ้มครองที่เกี่ยวข้องกับโรคไตวายเรื้อรังและภาวะแทรกซ้อนอื่น ๆ ที่มีสาเหตุมาจากสภาพความเจ็บป่วยจากโรคความดันโลหิตสูงนั้น ในกรณีสัญญาประกันภัยมีผลบังคับไม่น้อยกว่า 2 ปี และโรคเรื้อรังนั้น ไม่มีอาการหรือไม่มีประวัติการพบแพทย์ในระยะเวลา 5 ปี ก่อนที่สัญญาประกันภัยมีผลบังคับกับบริษัทไม่สามารถนำมากล่าวอ้างเพื่อปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมทดแทนแก่ผู้เอาประกันภัยได้

(2) ระยะเวลาที่ไม่คุ้มครอง (Waiting period) ระยะเวลาที่บริษัทปฏิเสธความคุ้มครองสำหรับความเจ็บป่วยบางโรคในช่วงเริ่มต้นของการสมัครทำประกันภัย โดยโรค และระยะเวลาที่ไม่คุ้มครอง จะกำหนดไว้ในสัญญาประกันภัย เหตุผลที่ต้องมีระยะเวลารอคอยนี้ เพื่อป้องกันการเรียกร้องค่ารักษาพยาบาล เนื่องจากความผิดปกติที่เป็นมาก่อนการสมัครทำประกันภัย ระยะเวลาที่กำหนดโดยทั่วไปคือ 30 วันสำหรับการเจ็บป่วยใด ๆ เช่น นาย ก. สมัครทำประกันภัย สุขภาพเมื่อวันที่ 4 มกราคม และวันที่ 20 มกราคม นาย ก. เจ็บป่วยเข้าโรงพยาบาลสาเหตุจากโรค ลำไส้อักเสบ ดังนั้น บริษัทมีสิทธิที่จะปฏิเสธการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนแก่นาย ก. เนื่องจากอยู่ในระยะเวลารอคอย 30 วัน สำหรับโรคบางโรค เช่น เนื้องอกทุกชนิด ริดสีดวงทวาร เส้นเลือดอุดตัน จะมีระยะเวลารอคอยประมาณ 120 วัน โดยนับตั้งแต่วันที่สัญญาประกันภัยมีผลบังคับ

(3) การขอยกเลิกกรมธรรม์ประกันภัย/สัญญาเพิ่มเติม (Free Look) ผู้เอาประกันภัยสามารถยกเลิกกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติมได้ด้วยเหตุผลใดก็ตาม สามารถส่งคืนกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติมมายังบริษัทภายในระยะเวลา 15 วันนับแต่วันที่ได้รับกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติม แต่ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ใช้สิทธิเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนแล้ว ไม่มีสิทธิยกเลิกกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติมได้

### 2.2.2 การประกันสุขภาพกลุ่ม

การประกันสุขภาพกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ความคุ้มครอง ข้อยกเว้น เงื่อนไขทั่วไปและข้อกำหนด เช่นเดียวกับการประกันสุขภาพส่วนบุคคล แต่ไม่มีในเรื่องการบอกเลิกกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติม โดยบริษัทซึ่งเป็นผู้รับประกันภัยก็มีสิทธิในการบอกเลิกกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติมได้

สรุปได้ว่า ประเภทของการประกันสุขภาพแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การประกันสุขภาพส่วนบุคคล ได้แก่ ความคุ้มครอง การรักษาตัวในโรงพยาบาล การรักษาพยาบาลโดยการผ่าตัด การดูแลโดยแพทย์ การรักษาพยาบาลแบบผู้ป่วยนอกหรือคลินิก การคลอดบุตร การรักษาฟัน การชดเชยค่าใช้จ่าย โดยมีข้อยกเว้นหากเกิด อาการเรื้อรัง สภาพความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นก่อนวันที่ทำประกันภัย ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นที่จำเป็นสมควรทางการแพทย์ การบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาล และการกระทำของผู้เอาประกันภัยเอง เป็นเงื่อนไขทั่วไปและข้อกำหนดที่บริษัทประกันภัยสามารถบอกยกเลิกสัญญาได้ และการประกันภัยสุขภาพกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้นำการศึกษาแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในการศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



### 2.3 หลักในการทำสัญญาประกันสุขภาพ

สัญญาประกันภัยต้องตั้งอยู่บนรากฐานแห่งความสุจริตใจอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสัญญาที่ต้องการความไว้วางใจกันอย่างยิ่ง (ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ, 2559, น. 25) โดยเฉพาะผู้เอาประกันภัยที่เป็นผู้ทราบข้อเท็จจริงของภัยทั้งหมด จึงมีหน้าที่เปิดเผยอาการเจ็บป่วย เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าสมควรรับประกันภัยหรือไม่ หรือควรกำหนดเงื่อนไขการรับประกันภัย หรือเบี้ยประกันภัยจำนวนเท่าใด หากผู้ขอเอาประกันภัยไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงให้ผู้รับประกันภัยทราบเท่ากับผิดหน้าที่ ส่งผลต่อความสมบูรณ์ของสัญญาประกันภัยโดยหน้าที่ของผู้เอาประกันภัยประกอบด้วย

**2.3.1 หน้าที่ต้องเปิดเผยความจริง** บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 865 ดังนี้

“ถ้าในเวลาทำสัญญาประกันภัย ผู้เอาประกันภัยก็ดี หรือในกรณีประกันชีวิต บุคคลอันการใช้เงินย่อมอาศัยความทรงชีพ หรือมรณะของเขานั้นก็ดี รู้อยู่แล้วละเว้นเสีย ไม่เปิดเผยข้อความจริง ซึ่งอาจจะได้จูงใจผู้รับประกันภัยให้เรียกเก็บเบี้ยประกันภัยสูงขึ้นอีก หรือให้บอกปิด ไม่ยอมทำสัญญา หรือว่ารู้อยู่แล้วแถลงข้อความนั้นเป็นความเท็จไซ้ ท่านว่าสัญญานั้นเป็นโมฆียะ ถ้ามิได้ใช้สิทธิบอกล้างภายในกำหนดเดือนหนึ่งนับแต่วันที่ผู้รับประกันภัยทราบมูลอันจะบอกล้างได้ก็ดี หรือมิได้ใช้สิทธินั้นภายในกำหนดห้าปีนับแต่วันทำสัญญาก็ดี ท่านว่าสิทธินั้น เป็นอันระงับสิ้นไป”

ดังกรณีตัวอย่าง คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3682/2545 โจทก์กรอกคำตอบในใบคำขอเอาประกันชีวิต โจทก์ว่าไม่เคยเป็นหรือทราบว่าเป็นหรือเคยได้รับคำแนะนำหรือการรักษาโรคมะเร็งทรวงอก ตุ่มเนื้อ หรืออวัยวะใด ๆ ทั้งอกหรือโตขึ้นผิดปกติ ไม่เคยมีอาการผิดปกติที่เต้านมมาก่อน แต่ปรากฏว่าโจทก์เคยเข้าโรงพยาบาลด้วยอาการปวดบริเวณเต้านม ซึ่งแพทย์ตรวจ พบว่า มีก้อนเนื้อที่เต้านมข้างซ้าย เมื่อโจทก์ทราบแล้ว การกระทำของโจทก์มีผลทำให้สัญญาประกันชีวิต และสัญญาพิเศษเพิ่มเติมตกเป็นโมฆียะตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 865 วรรคหนึ่ง

**2.3.2 หน้าที่ชำระเบี้ยประกันภัย** ผู้เอาประกันภัยต้องชำระเงินที่เรียกว่าเบี้ยประกันภัยตามที่ได้ตกลงกันไว้ เนื่องจากการขาดส่งเบี้ยประกันภัยจะทำให้ไม่ได้รับความคุ้มครองตามเงื่อนไขของสัญญา ทั้งนี้บริษัทประกันภัยจะมีระยะเวลาผ่อนผันการชำระเบี้ยประกันภัยไปอีก 30 วัน ถ้าขาดการส่งเบี้ยประกันภัยเกิน 30 วัน สัญญาจะขาดอายุและสิ้นผลบังคับตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า หลักในการทำสัญญาประกันสุขภาพ สัญญาประกันภัยต้องตั้งอยู่บนรากฐานแห่งความสุจริตใจ โดยเฉพาะผู้เอาประกันภัยที่เป็นผู้ทราบข้อเท็จจริงของภัยทั้งหมด จึงมีหน้าที่เปิดเผยอาการเจ็บป่วย เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าสมควรรับประกันภัยหรือไม่ โดยหน้าที่ของผู้เอาประกันภัยประกอบด้วยหน้าที่ต้องเปิดเผยความจริง และหน้าที่ชำระเบี้ยประกันภัย

## 2.4 แนวทางการพิจารณาก่อนทำประกันสุขภาพ

### 2.4.1 ควรตรวจสอบสิทธิการรักษาของตนเอง

การตรวจสอบสิทธิที่ตนเองมีอยู่ในปัจจุบันเพื่อให้ทราบสิทธิในการรักษาพยาบาลพื้นฐานของตนเอง เช่น บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า ประกันสังคม หรือข้าราชการ แล้วจึงพิจารณาว่าสิทธิที่ตนเองมีนั้นเพียงพอต่อการรักษาเมื่อเจ็บป่วยหรือไม่ ความคุ้มครองที่ได้รับเป็นอย่างไร มีส่วนใดที่ขาดหรือต้องการให้คุ้มครองเรื่องใดเพิ่มเติม

### 2.4.2 ศึกษาแผนประกันสุขภาพ

ผู้ที่สนใจทำประกันสุขภาพควรหาข้อมูลรายละเอียดของแผนประกันภัยสุขภาพจากบริษัทที่สนใจ โดยพิจารณาความคุ้มครองเป็นแบบใด เช่น คุ้มครองแบบผู้ป่วยนอก คุ้มครองแบบผู้ป่วยใน คุ้มครองอุบัติเหตุ คุ้มครองโรคร้ายแรง สามารถคุ้มครองได้ในทันที หรือต้องมีระยะเวลารอคอย เพื่อให้ได้แผนประกันสุขภาพที่ตรงกับความต้องการ

### 2.4.3 อายุในการรับประกันภัย

เนื่องจากประกันสุขภาพ เป็นการประกันความเสี่ยงกับโรคภัยที่จะเกิดขึ้นในแต่ละช่วงอายุ ความคุ้มครองในแต่ละช่วงวัยจึงแตกต่างกัน ผู้สนใจทำประกันภัยควรประเมินความเจ็บป่วยของตนเองในแต่ละช่วงอายุเพื่อเลือกแผนประกันสุขภาพได้อย่างเหมาะสม และพิจารณาเลือกแผนประกันที่ให้ ความคุ้มครองครอบคลุมถึงช่วงอายุที่สูง เช่น แผนประกัน A คุ้มครองถึง อายุ 70 ปี แผนประกัน B คุ้มครองถึงอายุ 90 ปี แผน B ให้ความคุ้มครองในช่วงอายุสูงกว่าแผน A โดยขึ้นกับการตัดสินใจเลือกของผู้ขอทำประกันเป็นสำคัญ ว่าสมควรใจที่จะเลือกแผนใด เนื่องจากอายุมากขึ้นย่อมมีความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยมากขึ้น การเลือกความคุ้มครองระยะยาวจะช่วยลดความเสี่ยงได้

### 2.4.4 สถานพยาบาลคู่สัญญา

ผู้สนใจทำประกันภัยควรตรวจสอบว่ามีสถานพยาบาลคู่สัญญาหรือไม่ ถ้ามีเป็นสถานพยาบาลใดบ้าง เพื่อใช้ลดภาระในการต้องสำรองเงินจ่ายในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

### 2.4.5 ความคุ้มครอง

พิจารณาว่ามีความคุ้มครองเพียงพอกับความต้องการและความเสี่ยงของแต่ละช่วงวัย สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ อัตราค่าห้องพัก ค่าอาหาร ค่ารักษาพยาบาล ค่าแพทย์ ค่าบริการทั่วไป เช่น เด็กอายุ 3 ปี ควรเลือกแผนประกันสุขภาพที่คุ้มครองในวงเงินผู้ป่วยในมากกว่าเด็กอายุ 12 ปี เนื่องจากเด็กเจ็บป่วยบ่อย มีโอกาสที่จะเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลมากกว่าเด็กโต เป็นต้น

#### 2.4.6 ระยะเวลาการจ่ายสินไหมทดแทน

โดยทั่วไปบริษัทประกันภัยจะต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทนภายในที่สัญญา กำหนดไว้ เช่น ภายใน 15 วัน นับแต่วันที่เอกสารครบถ้วน เป็นต้น เว้นแต่เอกสารหลักฐาน ไม่ครบถ้วน หรือมีปัญหาเรื่องสุขภาพที่เป็นมาก่อนเอาประกันภัย อย่างไรก็ตามการที่บริษัทไม่จ่าย ค่าสินไหมทดแทนภายในที่สัญญากำหนด อาจมีความผิดในเรื่องการประวิงจ่ายสินไหมทดแทนก็ได้

#### 2.4.7 ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

บริษัทประกันภัยเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง ผู้สนใจทำประกันภัยควร ตรวจสอบสถานะทางการเงิน ความน่าเชื่อถือของบริษัท เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบ และการ จ่ายสินไหมทดแทนล่าช้า

#### 2.4.8 การร้องเรียนของผู้เอาประกันภัย

สำนักงาน คปภ. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจประกันภัย รวมถึงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนผู้เอาประกันภัย มีสายงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่รับ เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกันภัย รวมถึงการประกันสุขภาพด้วยเพื่อเป็นคนกลางในการเจรจาไกล่เกลี่ย เมื่อมีข้อโต้แย้งเกิดขึ้นระหว่างผู้เอาประกันภัย และบริษัทประกันภัย ซึ่งที่ผ่านมามีเรื่องร้องเรียน จากผู้เอาประกันสุขภาพที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่น บริษัทจ่ายสินไหมทดแทนล่าช้าหรือจ่าย ไม่ครบถ้วนตามรายการที่โรงพยาบาลเรียกเก็บ หรือการไม่ต่ออายุสัญญาประกันภัยในปีต่อไป เป็นต้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐต้องเข้ามาดูแลและปกป้องสิทธิประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย

สรุป การทำประกันสุขภาพคือการทำสัญญาประกันภัยอย่างหนึ่ง ในรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกที่ทำให้ความสำคัญด้านการ คุ้มครอง ผู้บริโภค มาตรา 46 กล่าวถึง สิทธิผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง บุคคลย่อมมีสิทธิ รวมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ในการคุ้มครองและ พิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคได้รับการสนับสนุนจากรัฐ โดยหน่วยงานหลักที่ประชาชนสามารถ ร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยโดยตรง คือ สำนักงาน คปภ. เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่ไม่เป็นส่วน ราชการและไม่เป็นรัฐวิสาหกิจมีฐานะเป็นนิติบุคคล หน้าที่สำคัญคือ กำกับดูแลและพัฒนาธุรกิจ ประกันภัย รวมถึงคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนด้านการประกันภัย และส่งเสริมให้ธุรกิจ ประกันภัยมีบทบาทในการสร้างความแข็งแกร่งในระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประชาชน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย , 2556, น.1) ในสาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541 บัญญัติสิทธิ ผู้บริโภค 5 ประการ ในการตกลงกันระหว่างผู้บริโภคด้านการประกันภัยและผู้ประกอบธุรกิจนั้น



เป็นจึงสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรม ในการทำสัญญาประกันสุขภาพเป็นการทำสัญญาที่ส่งผลดีต่อประชาชนที่ให้ความจำเป็นในด้านสุขภาพ แม้ว่าหลักกฎหมาย เงื่อนไข ความคุ้มครองต่าง ๆ ในกรมธรรม์ประกันภัยจะมีการกำกับจากสำนักงาน คปภ. ที่ทำหน้าที่เป็นองค์กรอิสระช่วยในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการประกันภัย แต่ด้วยปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นด้วยอายุ โรค ยา ส่งผลให้การเบิกประกันไม่ได้ตรงตามความต้องการของผู้เอาประกันภัย การป้องกันการร้องเรียนภายหลังทำประกันภัยคือ การแถลงปัญหาสุขภาพและข้อเท็จจริงอื่น ๆ ของตนตรงตามความเป็นจริง ส่งผลให้สัญญานั้นมีผลทันที เมื่ออนาคตเกิดมีภัยที่จะต้องเบิกค่าสินไหมทดแทนผู้ที่สนใจซื้อควรทำการศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบก่อนตัดสินใจซื้อ และผู้เอาประกันภัยเมื่อได้รับกรมธรรม์/สัญญาเพิ่มเติม ควรศึกษารายละเอียดต่าง ๆ ให้เข้าใจ เพื่อให้ทราบถึงผลประโยชน์ความคุ้มครองของผู้เอาประกันภัย หรือเรียกได้ว่าเป็นผู้บริโภคด้านการประกันภัยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและลดข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

### 2.5 แนวทางพิจารณาการต่ออายุการประกันสุขภาพ

คุณภาพบริการและสภาพปัญหา ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการประกันสุขภาพของผู้เอาประกันภัย เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการพิจารณาการต่ออายุสัญญา หรือการทำประกันสุขภาพอย่างต่อเนื่องของประชาชน เนื่องจากการประกันสุขภาพเป็นการประกันภัยปีต่อปี และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น อาทิ เช่น การจ่ายสินไหมทดแทนล่าช้า หรือจ่ายไม่ครบถ้วน ปัญหาข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นในระหว่างสัญญา และการไม่ต่ออายุสัญญาของบริษัท เป็นต้น ประชาชนควรศึกษา และหาข้อมูลพร้อมทั้งทำความเข้าใจ โดยเฉพาะเงื่อนไขความคุ้มครอง และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ตนเองต้องปฏิบัติในระหว่างทำสัญญาประกันภัยด้วย ก็จะทำให้การทำประกันสุขภาพเป็นการโอนความเสี่ยงด้านสุขภาพไปให้บริษัทประกันภัยช่วยบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเงินได้อย่างแท้จริง

## 3. แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

### 3.1 ความหมายของการบริการ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือให้ความสะดวกต่าง ๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวก ซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือผู้มารับความสะดวก

จิตตินนท์ เชอะคุปต์ (2549, น.25) กล่าวว่า “การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการ

ที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้า และการบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์ และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบ และทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น “การบริการ” เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ หรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการ มีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับแตะต้องได้และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่สามารถนำมาซื้อขายกันได้ ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรที่มีการแข่งขันกันสูงไม่ว่าจะด้านกลยุทธ์ต่าง ๆ โปรแกรมที่นำเสนอ หรือการจัดโปรโมชั่นพิเศษ สุดท้ายแล้วผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการนั้นก็คือการบริการหลังการขายซึ่งเป็นเรื่องที่องค์กรต่าง ๆ นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการหลังการขายและเป็นตัวเลือกที่ดีในการเข้าใช้บริการ

Kotler (2000, pp. 428) ได้ให้ความหมาย การบริการ คือ การกระทำใด ๆ ที่ไม่สามารถจับต้องได้ที่หน่วยงานหรือบุคคลหนึ่งได้เสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหรือบุคคลหนึ่ง

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, น.13) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการในการดำเนินการและให้ความช่วยเหลือเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

สมิต สัจฉกร (2556, น.119-121) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการเป็นสิ่งสำคัญ เป็นการติดต่อหรือการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มาใช้บริการให้สามารถใช้บริการ โดยทุกการดำเนินงานต้องมีการบริการ ซึ่งงานบริการมีลักษณะเฉพาะ คือ

- 1) ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ก็เกิดความรู้สึกทันที
- 2) ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และแปรผลได้รวดเร็ว
- 3) ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและหน่วยงาน
- 4) เมื่อเกิดความผิดพลาดแล้วมีการชดเชยด้วยสิ่งอื่น ก็สามารถลดความไม่พึงพอใจ
- 5) สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคลากร หน่วยงาน รวมทั้งองค์กร
- 6) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้หน่วยงานเป็นเวลานาน
- 7) เมื่อเกิดความบกพร่องจะสามารถตรวจสอบได้
- 8) มีความต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการให้บริการที่ดี
- 9) คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำลายงานบริการ

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้ หรืองานที่ให้ความสะดวกต่าง ๆ เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และเพื่อ

ส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงการรับรู้คุณภาพบริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 3.2 ความสำคัญของการบริการ

การบริการที่ดีจะช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จในที่สุด ดังนั้น ความสำคัญของการบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2543, น.14-16) ดังนี้

#### 3.2.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) งานบริหารบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ที่ให้บริการส่วนหน้า เนื่องจากเป็นบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการ โดยตรงเริ่มตั้งแต่การต้อนรับผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งบริการต่าง ๆ สิ้นสุดลง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ และพัฒนาศักยภาพมีดังนี้

(1) รับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง โดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของการบริการด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

(2) เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

(3) ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการบริการที่ผู้บริการพึงปฏิบัติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้นที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำ

(4) วิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลาและจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนทักษะในการแก้ปัญหา เพื่อมิให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ

2) ผู้ประกอบการ ปัจจุบันผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการมากขึ้นและหันมาให้บริการเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่นับวันจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้บริหารงานบริการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยมได้ ดังนี้

(1) ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรกและรู้จักสำรวจความต้องการของลูกค้า ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและการปรับปรุง การดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

(2) เห็นความสำคัญของบุคลากรซึ่งมีบทบาทสำคัญที่จะดึงผู้บริโภคให้มาเป็นลูกค้าประจำขององค์กร ด้วยการสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพ ในการบริการอย่างทั่วถึงทั้งในด้านความรู้และทักษะการบริการที่มีคุณภาพ

(3) เข้าใจกลยุทธ์การบริการต่าง ๆ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจ การบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพและการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย

(4) วิเคราะห์ปัญหาและแนวโน้มของการบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไข และกำหนดทิศทางของการบริการที่ตลาดต้องการได้

### 3.2.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

ถึงแม้ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้าหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ และพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสมด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการ และสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1) รับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมาก และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลาอันส่งผลให้การบริการบางครั้ง อาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคนในเวลาเดียวกันได้ ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่าง ๆ

2) ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการ ผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการ ควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุความต้องการ การบริการเมื่อผู้ใช้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่ถูกต้อง ผู้รับบริการก็จะทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อการบริการ

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ และความสำคัญต่อผู้รับบริการ ที่ดีจะช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จในที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดดังกล่าวมาใช้ประกอบการทำวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อไป

## 3.3 ลักษณะของงานบริการ

3.3.1 ลักษณะที่เกิดจากความไว้วางใจ (Trust) ผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อหรือความไว้วางใจในการบริการ เช่น ได้รับการบอกต่อถึงการบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรือได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรือจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ

**3.3.2 ลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)** ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การโดยสารบนเครื่องบิน เป็นต้น ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการเดินทางจริง ผู้บริโภคพยายามจึงแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้น ๆ

**3.3.3 ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability)** ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า การบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการบริการในขณะเดียวกัน เช่น การบริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการ

**3.3.4 ลักษณะความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity)** เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งต้องขึ้นกับองค์ประกอบในด้านร่างกายและจิตใจของพนักงาน เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวก็อาจอุทธรณ์เรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดยาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่ม เพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา เป็นต้น

**3.3.5 ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish Ability)** การบริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุน จัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูกาลท่องเที่ยวห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝนห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เป็นต้น

**3.3.6 ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand)** จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือปลายสัปดาห์รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่ายช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

**3.3.7 ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ (Repetitiveness)** เป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่มนำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน



### 3.3.8 ลักษณะมีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงาน (Labor Intensiveness)

การให้บริการ พนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกัน อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ

สรุปได้ว่าลักษณะของงานบริการโดยทั่วไปมีดังนี้ เกิดจากความไว้วางใจผู้ใช้บริการ ต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะทำการซื้อ แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ ตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการบริการในขณะเดียวกัน ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้งในด้านคุณภาพในการให้บริการ ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้ ความต้องการที่ไม่แน่นอนจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวันวันในต้นสัปดาห์หรือปลายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ และลักษณะมีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่แตกต่างกัน อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน

## 4. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

### 4.1 ความหมายเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ปัจจุบันธุรกิจการให้บริการจะเสนอสินค้าและรูปแบบการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ คล้าย ๆ กัน แต่สิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่าง และทำให้ธุรกิจบริการสามารถเพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์กรได้นั้น คือ คุณภาพบริการ โดยที่คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และยังเป็นสิ่งที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ จากการศึกษา และทบทวนความหมายของคุณภาพบริการ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

Gronroos (1990, pp.17) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพบริการสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) เกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถ ที่จะวัดเหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Function Quality) เกี่ยวกับการประเมินด้านกระบวนการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990, pp. 25-26) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่าคุณภาพ บริการในสายตาผู้บริโภค โภคเกิดจากการเปรียบเทียบความหวังและการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการ

Zineldin (1996, pp.12) อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพบริการหลังจากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ รวมถึงการประเมินทางเลือกในการใช้บริการ



Crosby (1998, pp.15) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและสามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงกับที่คาดหวังไว้ของผู้บริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

Wisher and Corney (2001, pp.24) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับความเป็นเลิศของบริการ เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างจากสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถคาดเดาและประเมินการบริการได้ เพราะการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่มีตัวตน

Lovelock and Jochen (2011, pp.427) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความประทับใจที่ได้รับจากการบริการอย่างสม่ำเสมอหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

กนกวรรณ นาสมปอง (2555, น.25) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

ปยุต ภัทรพงษ์ (2556, น.23) กล่าวว่าคุณภาพบริการ หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ปราศจากข้อผิดพลาดทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี โดยผู้ใช้บริการจะประเมินการบริการที่ได้รับจากการรับรู้จริงในการใช้บริการว่าตรงกับความ ต้องการ ความคาดหวัง และความคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งเมื่อการบริการนั้นเป็นดังที่คาดหวังหรือเกินกว่าที่คาดหวังจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดีแสดงว่าบริการนั้นมีคุณภาพนั่นเอง

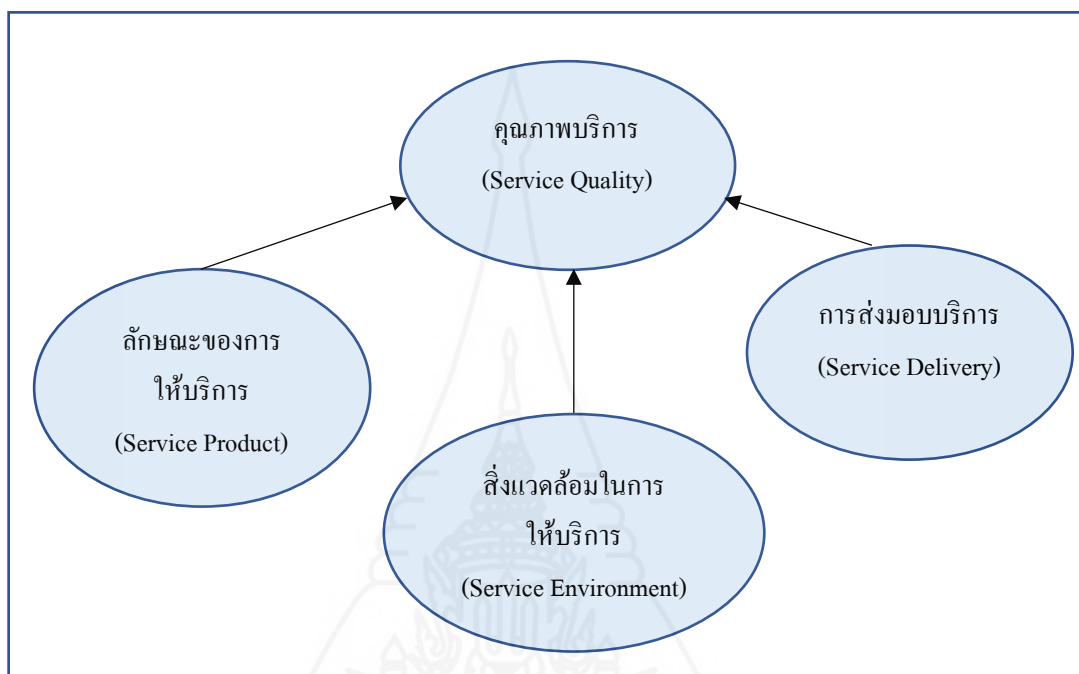
ธัชพล ไบบัวเทศ (2556, น.8) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการ หมายถึง การเสนอบริการที่ดีที่สุดด้วยความตั้งใจในช่วงเวลาที่เหมาะสม ทั้งรูปแบบ เวลา และสถานที่กับลูกค้า เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด โดยเปรียบเทียบการบริการจากสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการกับสิ่งที่ได้รับบริการจริง

นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว (2557, น.16) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการคือความสามารถในการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ ความสะดวกรวดเร็ว รวมไปถึงความคุ้มค่าทั้งด้านราคา คุณภาพและปริมาณของสินค้า และบริการ โดยเปรียบเทียบกับความรู้ที่แท้จริงกับความคาดหวังนั้น

จากความหมายของคุณภาพบริการที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง สิ่งที่ใช้บริการชีวิตหรือประเมินทั้งก่อนการรับบริการและหลังรับบริการ เพื่อพิจารณาการเข้าใช้บริการในครั้งต่อไป คุณภาพบริการจะเป็นตัวชี้วัดที่ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและสร้างความประทับใจในองค์กร จึงก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

#### 4.2 รูปแบบความคิดของคุณภาพบริการ

Rust and Oliver (1994, pp.1-19) ได้เสนอแบบรูปแบบในการวัดคุณภาพบริการไว้ดังภาพประกอบ ภาพที่ 2.1 คือ



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองการวัดคุณภาพบริการของ Rust and Oliver

ที่มา: Rust and Oliver (1994, pp.1-19)

รูปแบบการวัดคุณภาพบริการของ Rust and Oliver ซึ่งสามารถแบ่งการวัดคุณภาพบริการเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) *ลักษณะหรือคุณสมบัติ (Service Product)* คือ การบริการที่ถูกนำเสนอต่อผู้บริโภค ซึ่งสามารถใช้เป็นจุดเด่นและการสร้างความแตกต่างในการให้บริการ Service Product จึงเป็นสิ่งที่ใช้ในการกำหนดเป้าหมาย (Goal) และกรอบหรือแนวทาง (Shape) ในการให้บริการแก่ผู้บริโภค

2) *สิ่งแวดล้อมในการให้บริการ (Service Environment)* คือ สิ่งแวดล้อมในการให้บริการสามารถแบ่งได้เป็นหลักใหญ่ ๆ 2 ประเภท คือ สิ่งแวดล้อมภายใน และสิ่งแวดล้อมภายนอก

(1) สิ่งแวดล้อมภายใน คือ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ เช่น วัฒนธรรมองค์กรที่สะท้อนออกมาในการให้บริการของพนักงาน

(2) สิ่งแวดล้อมภายนอก คือ ลักษณะทางกายภาพทั่ว ๆ ไปของการให้บริการ เช่น โต๊ะสำนักงาน เก้าอี้ และเครื่องใช้สำนักงาน

3) การส่งมอบบริการ (Service Delivery) คือ การส่งมอบบริการ ซึ่งผู้ให้บริการต้องทำความเข้าใจในความคาดหวังของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ตรงกับความคาดหวัง และคุณภาพบริการก็จะเกิดขึ้น

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2552, น.8-9) กล่าวว่า คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็น โมเดลหนึ่งในสายการตลาดบริการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการกำหนดเป้าหมายหรือทิศทาง นอกเหนือจากการวางแผน 5 มิติ เพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้การบริการที่มีคุณภาพแล้ว รายละเอียดในการให้บริการของพนักงาน ณ จุดบริการ ก็มีผลต่อการรับรู้เชิงบวก และความพึงพอใจต่อบริการด้วย โดยมีมิติในการให้บริการเรียกย่อ ๆ เป็น RASC ได้แก่

1) การแก้ไข (Recovery) คือความสามารถของพนักงานในการแก้ไขความบกพร่อง ข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นกับการบริการ โดยมีมิตินี้ลูกค้าจะประเมินในเชิงบวก เมื่อการตอบสนองมีความครบถ้วนในเรื่องคำอธิบาย สาเหตุของความบกพร่องที่สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้น การกล่าวคำขอโทษ การแสดงความรับผิดชอบด้วยการเสนอการชดเชยให้ เป็นต้น

2) การปรับตัว (Adaptability) คือการปรับการบริการตามความต้องการของลูกค้า มิตินี้จะได้รับการประเมินเชิงบวก เมื่อพนักงานบริการสามารถปรับการบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าได้ แม้จะเป็นความต้องการที่เกินเลยกว่าการดำเนินการทั่วไป โดยการบริการมิตินี้พนักงานต้องแสดงถึงความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า อธิบายกฎระเบียบได้อย่างแม่นยำ และอย่างสุภาพ และใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ ในการช่วยเหลือหรือหาทางแก้ไขเพื่อให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

3) ความเป็นธรรมชาติ (Spontaneity) คือ ความเป็นธรรมชาติของการเป็นผู้ให้บริการ ที่ดี มิตินี้จะได้รับการประเมินเชิงบวก อาทิเช่น พนักงานมีป้ายชื่อติดเสื้อให้ผู้รับบริการเห็นชื่อ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถขอความช่วยเหลือ และพนักงานสามารถให้ข้อมูลด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ

4) การรับมือ (Coping) คือ ความสามารถในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาหาลูกค้า มิตินี้จะได้รับการประเมินเชิงบวก เมื่อพนักงานบริการทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ในการเอาใจใส่

ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ และสามารถจัดการได้อย่างเต็มความสามารถ และมีความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, pp.41-50) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการ สามารถจำแนกปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการของผู้รับบริการออกเป็น 10 ปัจจัย ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรม (Tangible) คือสิ่งที่สามารถจับต้องได้เช่น สถานที่อาคาร สำนักงาน การตกแต่งและบริเวณที่ให้บริการลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ทัศนียภาพไมตรีของผู้ให้บริการ การแต่งกายของผู้ให้บริการ

2) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) คือ การบริการที่ทำให้สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การให้บริการตามที่สัญญาไว้และมีความน่าเชื่อถือ

3) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) คือการแสดงความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที ให้ความสนใจกับปัญหาของผู้รับบริการ

4) ความเชี่ยวชาญ (Competence) คือ การเรียนรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแสดงให้ผู้รับบริการเห็นว่าตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้

5) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) คือ ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตร เห็นอกเห็นใจต่อผู้รับบริการ

6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้รับบริการรับรู้ได้จากการพูดปากต่อปาก

7) ความปลอดภัย (Security) คือ ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาเช่น การรักษาความลับของผู้รับบริการ

8) เข้าถึงบริการ (Access) คือ การที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการรับบริการ

9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจและรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้รับบริการ

10) การเข้าใจผู้รับบริการ (Understanding / Knowing the Customer) คือ ผู้ให้บริการทำความเข้าใจและเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

ต่อมาในปี ค.ศ. 1988 พาราสุรามัน ได้ทำการวิจัยใหม่และได้มีการสรุปปัจจัยที่ 4-10 เป็น 2 ปัจจัย รวมเป็น 5 ปัจจัย เพราะมีความซ้ำซ้อนในบางด้านและมีรายละเอียดมากเกินไป โดยเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ประกอบด้วย 22 ข้อ

เป็นการประเมินจากความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการ และตอนที่ 2 ประกอบด้วย 22 ข้อเช่นกัน แต่เป็นการประเมินจากการรับรู้ การได้รับการตอบสนองของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจริง เครื่องมือนี้ เรียกว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness) ทำให้คงเหลือ ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ด้านจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ด้าน ดังแสดงในภาพประกอบด้านล่างนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน servqual แต่ละปัจจัยพื้นฐาน สำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ

ปัจจัยสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ (Servqual)					
ปัจจัยพื้นฐาน สำหรับการประเมิน	สิ่งที่สัมผัสได้	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนอง	ความมั่นใจ	การเอาใจใส่
คุณภาพการบริการ					
ลักษณะทางกายภาพ	■				
ความเชื่อถือ		■			
การตอบสนอง			■		
ความสามารถ				■	
ความมีมารยาท					
ความน่าศรัทธา					
ความปลอดภัย					
การเข้าถึงบริการ					■
การสื่อสาร					
ความเข้าใจ					■

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990, pp.25-26) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า Servqual (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้านเหลือเพียง 5 ด้านดังต่อไปนี้

1) สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสามารถสัมผัสได้ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ในทุกครั้ง

ของบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจ

3) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ผู้ให้บริการมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที่ที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ

4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถ ในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ รวมทั้งการเอาใจใส่มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ รวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

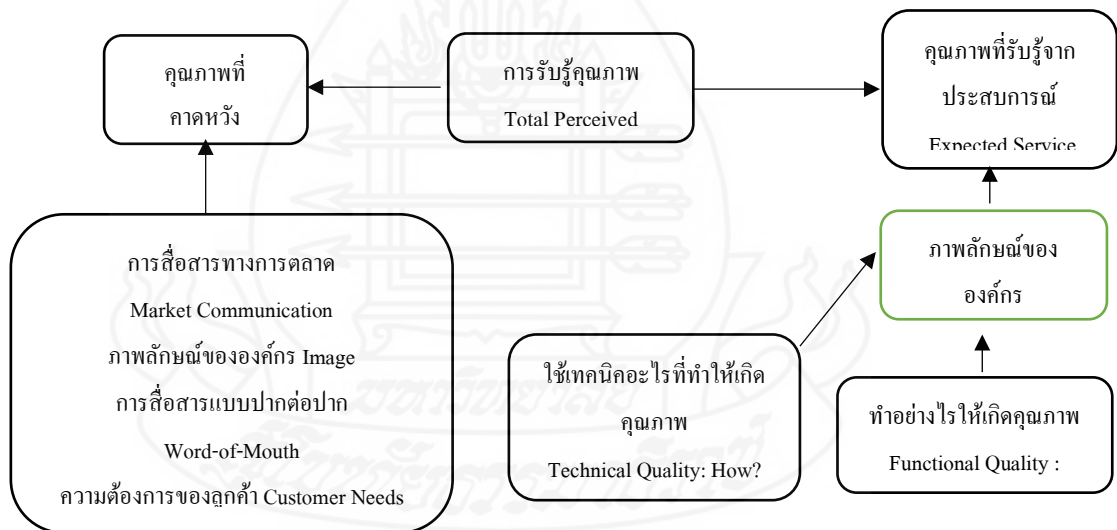
สรุปได้ว่า Servqual เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการหลายประเภทงานวิจัยในช่วงแรก ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพได้ข้อสรุปว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือปรารถนา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า 4 ประการ คือ สิ่งที่ผู้บริโภครับรู้มาจากการบอกปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การวิจัยยังช่วยให้ทราบถึงปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้าน และการวิจัยช่วงที่สอง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันด้วย วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติจนในที่สุดก็ได้พัฒนาจนได้เครื่องมือ ซึ่งเรียกว่า Servqual ใช้วัดความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้าน คือ สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและความรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการ โดยผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ หากระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ผู้บริโภคก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



### 4.3 การรับรู้คุณภาพบริการ

การรับรู้คุณภาพบริการเกิดจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งสินค้าหรือบริการจะมีคุณภาพสูง ก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรงกับความคาดหวังที่ลูกค้าได้ตั้งเอาไว้การรับรู้คุณภาพ ที่สูงต่อสินค้าหรือบริการ ลูกค้าจะทำการพิจารณาจากความเหมาะสมของการใช้งาน ความคงทน ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพต่อเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

Gronroos, (1990, pp.17) ได้กล่าวถึง การรับรู้คุณภาพบริการประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้รับ และตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการโดยลักษณะทางด้านเทคนิคอยู่ที่ผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่ให้ลูกค้าพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่ดีนั้น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความคาดหวังตรงตามการรับรู้ที่ได้รับผ่านประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังไม่ตรงกับการรับรู้จริงคุณภาพบริการนั้นจะต่ำ แต่ถ้าความคาดหวังตรงตามการรับรู้จริงคุณภาพบริการนั้นจะสูง โดยการได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก



ภาพที่ 2.2 แสดงการรับรู้คุณภาพบริการ

ที่มา : Gronroos, (1990, pp.17)

เงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้ (Leon G,1978, pp. 453)

1) ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้ต่อคุณภาพบริการที่ดีได้ เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในการบริการ พร้อมทั้งสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมืออาชีพ

2) ทักษะคิดและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกลูกค้าที่มีต่อพนักงานพิจารณาเกี่ยวกับการดูแลเอาใจใส่

3) การเข้าถึงบริการได้ง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบด้วย สถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานนั้นถูกออกแบบได้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการ รวมถึงการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

4) ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่การตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการ โดยพนักงานทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ

5) การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่า มีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวังที่ได้ตั้งเอาไว้ ผู้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามที่ลูกค้าได้คาดหวังเอาไว้ทันที

6) ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือของลูกค้าว่าการให้บริการของผู้ให้บริการนั้นสามารถเชื่อถือไว้วางใจได้ ทำให้กล้าในการตัดสินใจที่จะใช้บริการนั้น

สรุปได้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางด้านเทคนิค หรือผลที่ได้รับ และตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ โดยมีเงื่อนไขความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการ ทักษะคิดและพฤติกรรม การเข้าถึงบริการได้ง่ายและมีความยืดหยุ่น ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ การชดเชย และความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ

## 5. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาความพึงพอใจได้มีนักวิชาการได้ท่านได้ทำการสรุปและรวบรวมไว้ดังนี้ Yoder (1985, pp.417-448) อธิบายความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีความพึงพอใจในงานและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร บุคคลที่มีความพึงพอใจในงานที่ทำเมื่อได้รับผลตอบแทนประโยชน์ที่ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจจากงานนั้น

Good (1973, pp.41) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง คุณลักษณะ สภาวะ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งผลมาจากการสนใจสิ่งต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคล มีต่องาน

Millet (1954, pp. 4) สรุปความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้ดังนี้

1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือ ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการ ให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการ เดียวกัน

2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Time Service) คือ ในการบริการจะต้องมองว่า การ ให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มี ประสิทธิภาพ เลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3) การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) คือ การให้บริการสาธารณะต้องมี จำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การยึดประ โยชน์ของ สาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใด

5) การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการสาธารณะที่มีการ ปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน

Vroom (1964, pp.6) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถ ใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็น สภาพความไม่พอใจนั่นเอง

ชัยนันท์ บุญอยู่ และสมฤดี ไกรลพ เฟนวิด (2562, น.91-107) กล่าวว่า ความพึง พอใจเป็นความรู้สึกความนึกคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ที่ให้บริการนั้นและประสบการณ์เป็นไปตามความคาดหวังของ ผู้รับบริการ และความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

ทรงศักดิ์ ชมบุญ (2563, น.3-4) ได้ให้แนวคิดว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นความคิดเห็นของผู้รับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ และจัดเป็นเกณฑ์ประเมินด้านผลลัพธ์ด้วย และเป็นระดับของความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการในอุดมคติกับการรับรู้ของผู้รับ บริการที่ได้รับตามความเป็นจริง สำหรับนักวิจัยทางพฤติกรรมได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ในบริการเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการ ในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้นได้เป็นไปตามความ คาดหวังของผู้รับบริการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

จากความหมายของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เกิดจากทัศนคติความต้องการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองก็เกิดความพึงพอใจขึ้น และถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการตาม ความคาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะหายไปทันที ดังนั้นความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงศึกษาความหมายดังกล่าวมาปรับใช้ในการศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณผลเพื่อตรวจสอบคล้อยของเนื้อหาของงานวิจัย

## 5.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึงทฤษฎีความพึงพอใจไว้ ดังนี้

Shellli (1995, pp.9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (1970, pp.80) ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจหรือความต้องการของมนุษย์ไว้ระดับโดยเรียงลำดับขั้นของความต้องการไว้ตามความสำคัญ ดังนี้

- 1) ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ
- 2) ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
- 3) ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
- 4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
- 5) ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง

ความพอใจในขั้นต่าง ๆ ของความต้องการของมนุษย์นี้ ความต้องการขั้นสูงกว่าบางครั้งได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการ ขั้นแรกจะให้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้ำอย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่าตนมีความพอใจอย่างสูงสุด ในลำดับขั้นความต้องการขั้นต่าง ๆ มากกว่าขั้นสูงจากการสำรวจ พบว่า คนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ความต้องการทางด้านกายภาพ 85%

ความต้องการความปลอดภัย 70%

ความต้องการทางด้านสังคม 50%

ความต้องการเด่นในสังคม 40%

Parasuraman, Zaithamal & Berry (1994, pp.16) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรกรวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าคุณให้บริการเป็นที่พึงได้ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย

2) สมรรถภาพในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเกศักรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับยา ฯลฯ หรือบุคคลอื่น ๆ มีความรู้ความสามารถในสาขาของตนและสามารถนำมาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่

3) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการให้ทันท่วงที เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

4) ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุข มีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งต้องมีกิริยามารยาท การแต่งกาย และการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5) การเข้าถึงบริการ ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการบริการ รวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวกการบริการที่เป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องนั่งรอนาน การให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค

6) ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้มีผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่นเสริมอีก เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่าง ๆ

7) การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ผู้มารับบริการพึงทราบและประสงค์จะทราบ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูล

เรื่องค่าใช้จ่ายและทางเลือกในการรักษา ฯลฯ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผู้ให้บริการ และผู้รับบริการในด้านอื่น ๆ อีก เช่น ระดับการศึกษา ฯลฯ

8) ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้งชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ เช่นการรักษา ความลับผู้ป่วย

9) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้น เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่ หงุหรา สะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย การบริการมีความเหมาะสม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีก เช่น การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10) ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการควรจะมีใจ และรู้จักผู้มารับบริการของตนเอง เช่นการที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้าของตนเองได้ ฯลฯ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, น.41-42) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวังระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล

กษิณา ปัญญา (2557, น.16) กล่าวว่า แนวความคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นสภาวะรับรู้ภายในที่เกิดจากความคาดหวังไว้ ถ้าได้รับตามที่คาดหวังความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าน้อยกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

พงศวิสิษฐ์ แก้วชัยและ จูติมา ให้อาลัย (2560, น.73-79) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ศิริศักดิ์ บุญรักษา (2564, น.30) กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชน (customer satisfaction) เป็นความรู้สึกของประชาชนว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานความคาดหวัง ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์คือ ความพยายามที่จะขจัดความเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุลยภาคในร่างกาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้วัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ



ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในด้านเงื่อนไขตามสัญญา ด้านการบริการ ด้านการจ่ายค่าสินค้าใหม่ทดแทน และด้านการต่ออายุสัญญา

### 5.3 การวัดความพึงพอใจ

ศิริศักดิ์ บุญรักษา (2564, น.31) ได้ศึกษาการวัดความพึงพอใจ สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม ต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตรส่วนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย มีการเตรียมแผนงานล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่ และยังเป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของประชาชน สามารถทำได้ 4 วิธีดังนี้

1) ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูล เจตคติของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยจัดเตรียมกล่องรับความคิดเห็นจากประชาชน

2) การสำรวจความพึงพอใจประชาชน (Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มีักพบปัญหาว่าประชาชน วิธีนี้

บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของประชาชน เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนมีดังนี้

(1) การให้คะแนนความพึงพอใจของประชาชน (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

(2) การถามประชาชนว่าได้รับความพอใจในสวัสดิการหรือบริการหรือไม่ อย่างไร

(3) การถามให้ประชาชนระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของประชาชน (Problem Analysis)

(4) เป็นการถามประชาชนเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงาน วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง (Product Performance Rating)

3) การเลือกซื้อ โดยกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นที่มียศกยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในของบริษัทและคู่แข่งพร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับหรือบริการของบริษัท ปัญหาหรือบริการของบริษัท

4) การวิเคราะห์ถึงประชาชนที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ประชาชนเดิมที่เปลี่ยนไป ได้ใช้กลยุทธ์นี้เพื่อทราบถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่ทำให้ประชาชน รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียประชาชนด้วย

จากการทบทวนทฤษฎีและแนวคิด สามารถสรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกในด้านบวกหรือเจตคติที่ดี เป็นความประทับใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจต่าง ๆ การกระทำของตัวบุคคลและบริการต่าง ๆ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละบุคคล ในแนวทางที่พึงประสงค์ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในครั้งนี้

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติวรรณ หาจันดา และศุภลักษณ์ ปริดาวภาติ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพของบริษัทให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

ให้มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคคลทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ฯ ที่เคยซื้อประกันสุขภาพ จำนวน 387 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่านแบบฟอร์มของกูเกิ้ลออนไลน์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนที่ขงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรต้น ตัวแปรตามด้วยสถิติ Chi-Square และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 36-40 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป ไม่มีบุตร สวัสดิการที่ได้รับจากการทำงาน คือ ประกันสังคม ส่วนผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันสุขภาพ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อประกันสุขภาพที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตามผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ คือ ด้านพนักงานบริการและด้านการบริการ เช่น พนักงานมีความรับผิดชอบรวมถึงรักษาประโยชน์ให้ลูกค้าและมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ เชื่อถือได้และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไม่ยุ่งยากและรวดเร็ว เป็นต้น

อรณี ทองเจริญสุขชัย (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ : กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของกลุ่มผู้ซื้อ มีวัตถุประสงค์ เพื่อทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ : กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของกลุ่มผู้ซื้อ รวมไปถึงศึกษาภาพรวมของธุรกิจประกันสุขภาพในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มช่วงวัย การสุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ด้วยวิธี Convenience sampling ถูกนำมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้เครื่องมือทางสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานด้วยแบบจำลอง โลจิท ในการวิเคราะห์ผลจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ทางด้านประชากรศาสตร์ อาทิเช่น อายุ เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของอายุนั้น ซึ่งให้เห็นชัดว่า ความแตกต่างในช่วงวัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ อาจจะเนื่องมาจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการปรับตัวของสภาพแวดล้อมทางสังคมที่อาจจะลดช่องว่างของความแตกต่างทางความคิดเกี่ยวกับการซื้อประกันสุขภาพได้ ในกรณีของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ ยกเว้นเพียงปัจจัยด้านกายภาพเท่านั้นที่ไม่ผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ สิ่งที่น่าสนใจจากการศึกษาปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนั้น

ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงกับการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารและการบริการทางด้านอื่น ๆ

นักธุรกิจ ผลาจิต (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี โดยศึกษาถึงปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านสังคมและปัจจัยทางการตลาด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติเชิงอนุมาน คือแบบจำลองโลจิท

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ คือ เพศ, อายุ, สถานภาพและระดับการศึกษา โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 40,001-50,000 บาท และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี 2) ปัจจัยทางด้านสังคม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย มีความสำคัญระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 1.157 และมีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทยมากขึ้นเป็น 3.181 เท่า และ 3) ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลผลิตและคุณภาพ โดยทุกส่วนมีระดับความสำคัญในระดับการตัดสินใจมาก มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว ทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ อีกทั้งยังศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่บริษัทประกันชีวิตไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข เพิ่มเติมรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในการพิจารณาตัดสินใจซื้อประกันชีวิต รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป ทั้งนี้ ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ได้ซื้อประกันชีวิต

อย่างน้อย 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งรวมถึงกรณีที่มีการจ่ายเบี้ยประกันภัยแบบต่ออายุด้วย และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยทำการสำรวจและเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามจำนวน 402 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 4 ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เพศ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

สุทิสาน นนทพันธ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคของบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคของบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือ ผู้ที่ถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันภัยอยู่ในระดับมาก ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคของบริษัท เอไอเอ จำกัด เป็นไปในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ค่าสหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.728

ทิพย์สุภา สุวรรณอุทาน (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา



ครั้งนี้ คือประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตัวแปรต้นคือ ศึกษาทัศนคติ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณค่าตราสัญลักษณ์ และด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่วนตัวแปรตามศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนสถิติเชิงอ้างอิง คือการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณค่าตราสัญลักษณ์ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านคุณค่าตราสัญลักษณ์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

วันนันทน์ วงศ์วิรัชจิต (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI Model) และเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะให้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต รวมไปถึงสามารถปรับใช้ในการส่งเสริมการทำประกันชีวิต ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงสำรวจ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำประกันชีวิตและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีแบบจำลองสมการเชิงเส้น (Structural Equation Model)

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านคุณภาพของการบริการ โดยลูกค้าประเมินจากคุณภาพโดยรวมที่ได้รับ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีเพียงใด รวมทั้งประเมินจากข้อผิดพลาดหรือบกพร่องต่าง ๆ จากบริษัท ส่วนปัจจัยที่มีผลจากความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตมากที่สุดคือ ด้านความจงรักภักดีของลูกค้ากล่าวคือหากลูกค้าจะทำประกันชีวิตเพิ่มจะยังคงทำประกันชีวิตกับบริษัทเดิม และมีการแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาทำประกันชีวิตกับบริษัทที่ทำ ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตจึงควรให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดี จนนำไปสู่การขยายฐานลูกค้าจากการแนะนำบอกต่อ ส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทเพิ่มขึ้นในที่สุด



จิราภรณ์ ไชยโนฤทธิ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทนอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการของประกันภัยรถยนต์บริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทนอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคุณภาพด้านการให้บริการของประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของบริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทนอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และปัจจัยด้านการเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

สุพินชญ์ แก้วเรืองฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ.เอ.จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อประกันชีวิต และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ซื้อประกันชีวิตบริษัท เอ.ไอ.เอ.จำกัด ผ่านสำนักงานตัวแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรใช้ค่า Chi-square การวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรใช้ค่าสถิติค่าสถิติ T-test และ One-way ANOVA จากการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิต พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไซเบอร์สเปซและเวลาแตกต่างกัน ปัจจัยด้านสถานภาพ จำนวนบุตร และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคา และค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุภาพ นาคกิติภูด (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ การศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงทักษะคติของประชาชนที่มีต่อการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนของการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ในเรื่องความเอาใจใส่ของพนักงาน ความสามารถในการอธิบายกรรมธรรม์

และความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์/กรรมธรรม์ โดยความแตกต่างกันนี้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อมูลสำคัญที่ประชาชนต้องการทราบ ประกอบการตัดสินใจซื้อประกัน คือ เงื่อนไขในการคุ้มครองผลตอบแทน ความมั่นคงของบริษัทประกัน และความสะดวกในการเคลมประกัน

ทรงศักดิ์ ชมบุญ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนกรุงเทพมหานครรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 แตกต่างกัน และคนกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ไม่ต่างกัน และพฤติกรรมของการซื้อประกันโควิด-19 ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มครอง ด้านสภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกัน โควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

กษิณา ปัญญา (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การแบ่งกลุ่มตัวแทนประกันด้านความพึงพอใจ จากการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และบริการ Call Center บริษัท ไทยประกันสุขภาพ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ จากการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และCall Center ของบริษัท ไทยประกันสุขภาพ จำกัด (มหาชน) โดยประชากรที่ศึกษา เป็นตัวแทนของบมจ. ไทยประกันชีวิต จำนวน 254 คน ที่เคยใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และ Call Centerการศึกษาออกแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นตัวแทนของ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน): เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ระดับตำแหน่งของตัวแทน, สาขาที่ประจำอยู่, ระยะเวลาในการเป็นตัวแทน, จำนวนลูกค้าที่อยู่ในความดูแลของบมจ.ไทยประกันชีวิต และ บมจ.ไทยประกันสุขภาพ, ความถี่ในการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และCall Center ต่อปี, แผนประกันที่เลือกให้ลูกค้ามากที่สุด, สัดส่วนการให้บริการ และวัตถุประสงค์การให้บริการ และวัดความพึงพอใจของตัวแทน โดยใช้ทฤษฎีในการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ของ SERVQUAL

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนที่เข้าใช้บริการ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่ 1 ฟังพอใจ ด้านรูปลักษณะของการบริการที่เน้นการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ กลุ่มที่ 2 ให้ความพึงพอใจสูงสุด ทุกด้าน และกลุ่มที่ 3 ฟังพอใจด้านการได้รับความไว้วางใจ และการใช้ Call Center

พงศวิสิทธิ์ แก้วชัยและ จูติมา โห้ล่ายอง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ต่อการให้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โดยแบ่งการศึกษออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านความสะดวกในการรับบริการ และด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาล มงกุฎเกล้า จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า F-test ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษา โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ย ด้านความสะดวกในการรับบริการและด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าระดับความพึงพอใจแตกต่างกันตามเพศ อายุ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แต่ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา และรายได้

ศิริศักดิ์ บุญรักษา (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นเจ้าของรถยนต์ จำนวน 400 คน โดยจากการเลือกแบบสะดวก ใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุที่ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท และทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ของนายหน้าประกันวินาศภัยส่งผลต่อความพึงพอใจและความเชื่อถือว่าไว้วางใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ซ้ำ

ชัยนันท์ บุญอยู่ และสมฤดี ไกรลพ เฟนวิด (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลความพึงพอใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงคุณภาพการให้บริการสู่การจงรักภักดีการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของลูกค้าบริษัทเอไอเอ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความภักดีต่อการใช้บริการทำประกันกับบริษัทประกันชีวิตเอไอเอ และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีต่อการใช้บริการทำประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตเอไอเอ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าบริษัท เอไอเอ ซึ่งถือกรรมกรรมในสำนักงานตัวแทน เอไอเอบ้านฉาง จังหวัดระยอง จำนวน 400 ชุด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างโดยใช้โปรแกรม PLS Graph 3.0 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการที่มุ่งเน้นความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สำหรับความภักดีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ สำนักงานบ้านฉาง ระยอง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดย ความภักดีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ สำนักงานบ้านฉาง ระยอง ด้านมุมมองเชิงทัศนคติและจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าเท่ากับ 0.973 ( $t = 78.400$ ) ในขณะที่ คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าเท่ากับ 0.874 ( $t = 72.500$ ) ส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าเท่ากับ 0.912 ( $t = 36.000$ )

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามและทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรม SPSS ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบของการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพและมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น เนื่องจากมีประชากรที่ทำประกันสุขภาพและมีประวัติการเคลมประกันมาก ซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่ และทราบจำนวนประชากร มีจำนวน 2,675 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพและมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากประชากรขนาดไม่ใหญ่ และทราบจำนวนประชากร ซึ่งมีจำนวน 2,675 คน (สถิติข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ปี 2563) ดังนั้นใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%



$$\begin{aligned} \text{โดยที่} \quad n &= \frac{N}{1+(Ne^2)} \\ n &= \frac{2,675}{1+(2,675 \times 0.05^2)} \\ &= 347.9 \\ n &= \text{ขนาดตัวอย่าง} \\ N &= \text{สัดส่วนประชากรหรือความน่าจะเป็นของ} \\ &\quad \text{ประชากรที่สนใจศึกษา} \\ e &= \text{ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 348 คน จากนั้นทำการสุ่มเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกจากกลุ่มประชากร โดยอาศัยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านทางช่องทาง Social media เช่น Facebook , Line, Email เป็นต้น

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยที่แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

**2.1 ส่วนที่ 1** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามตามกลุ่มประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย ข้อคำถาม 2 ข้อ ประกอบด้วย

2.1.1 ท่านเคยมีประสบการณ์การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 หรือไม่

2.1.2 ในปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จังหวัดใด (ปริมณฑล ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี และสมุทรปราการ) ซึ่งถ้าตอบว่าข้อใดข้อหนึ่งตอบว่า “ไม่” จะไม่ทำการเก็บข้อมูลต่อเนื่องจากผู้ตอบ

**2.2 ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์) ประกอบด้วย ข้อคำถาม 6 ข้อ

2.2.1 เพศเป็นสอบถามชนิดปลายเปิด ลักษณะคำถามมีให้เลือกตอบได้ 2 ทาง ประกอบด้วย เพศชาย และเพศหญิง



2.2.2 อายุ เป็นสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก มีการแบ่งกลุ่มอายุ เป็น ต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี 36-45 ปี 46-55 ปี และมากกว่า 55 ปี

2.2.3 ระดับการศึกษา เป็นสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก มีการแบ่งระดับการศึกษาเป็น ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท และปริญญาเอก

2.2.4 อาชีพ เป็นสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน เกษียณ นักเรียน/นักศึกษา ลูกจ้าง และพนักงานบริษัท ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ

2.2.5 สถานภาพสมรส เป็นสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ประกอบด้วย โสด สมรส และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

2.2.6 รายได้ต่อเดือน เป็นสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก มีการแบ่งระดับของรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท/เดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน และ มากกว่า 40,000 บาท/เดือน

**2.3 ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 24 ข้อ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ และด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบลิเกิร์ต สเกล (Likert Scale) ซึ่งมีตัวเลือกตอบ 5 ระดับ โดยการแปลความหมาย จำนวนใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2549, 129) จากสูตร

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับ}}$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ได้ค่าพิสัยเท่ากับ 0.8 สามารถจัดระดับคะแนนพิสัย ที่คำนวณได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ
4.21-5.00 คะแนน หมายถึง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20 คะแนน หมายถึง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40 คะแนน หมายถึง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60 คะแนน หมายถึง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80 คะแนน หมายถึง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 4 ด้าน จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ด้านการให้บริการ ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และด้านการต่ออายุสัญญา ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบลิเกิร์ต สเกล (Likert Scale) ซึ่งมีตัวเลือกตอบ 5 ระดับ โดยการแปลความหมาย คำนวณใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2549, 129) จากสูตร

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับ}}$$

$$\text{แทนค่า} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ได้ค่าพิสัยเท่ากับ 0.8 การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการใช้
4.21-5.00 คะแนน	หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20 คะแนน	หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40 คะแนน	หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในปานกลาง
1.81-2.60 คะแนน	หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80 คะแนน	หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 3. การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

3.1 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นตามการศึกษาเอกสารทางวิชาการ วารสาร บทความ และรวมถึงรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดขอบเขต และ โครงสร้างของเนื้อหาที่จะสร้างข้อคำถาม ให้ได้ข้อมูลครบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงกำหนดกฎเกณฑ์การให้คะแนน และการวัดค่าคะแนน

3.2 การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านร่วมกันพิจารณาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

วิธีการ และขั้นตอนการประเมิน การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาผู้วิจัยได้กระทำโดยนำนิยามเชิงปฏิบัติการ และข้อคำถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องพิจารณาความสอดคล้อง และกรอกผล

ให้คะแนน +1 หมายถึง ข้อคำถาม หรือข้อความมีความสอดคล้องกับ  
วัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามหรือข้อความมีความสอดคล้อง  
กับ วัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 หมายถึง ข้อคำถามหรือข้อความไม่มีความสอดคล้องกับ  
วัตถุประสงค์

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยที่สูตรในการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) มีสูตรดังนี้ (สุริย์ เข็มทอง, 2561, 5-24)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
	$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	คือ	จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์ การแปลความหมายของค่า IOC ดังนี้

ข้อนั้นจริง	$IOC \geq 0.5$	แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัด หรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	$IOC \leq 0.5$	แสดงว่า ข้อคำถามนั้นไม่ได้วัด หรือ ไม่สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง เลือกข้อที่มีคะแนนตั้งแต่ 0.5
ขึ้นไป		เพื่อนำไปใช้เป็นแบบสอบถาม

ผลการพิจารณาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญประเมิน ทั้ง 3 ท่าน ซึ่งจากผลการประเมินข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 49 ข้อ โดยทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน พบว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ของ 36 ข้อคำถาม มีค่าคะแนนเท่ากับ -0.33-1.00 ผู้วิจัยได้ตัดข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ออก และปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน โดยแบบสอบถามที่ปรับปรุงใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนน IOC มากกว่า 0.50 ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 35 คำถาม ที่มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยได้ (สุริย์ เข้มทอง, 2561, 5-24)

**3.3 การทดสอบความเที่ยง (Reliability)** ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงของการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงทางสถิติ การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha

(Cronbach, ,1970) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการวัดความเชื่อมั่น หรือเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายในของคำตอบ และคำถามในแต่ละด้านของแบบสอบถามชุดเดียวกัน

โดยสูตรคำนวณ มีดังนี้

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance / variance}}$$

โดยที่ k = จำนวนคำถาม

Covariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างค่าคำถามต่าง ๆ

Variance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน(ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
		กลุ่มทดลอง (n=30)
1. การรับคุณภาพบริการ (ตัวแปรตาม)	24	0.903
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ (ตัวแปรตาม)	12	0.901
3. ค่าความเชื่อมั่นรวมแบบสอบถาม	36	0.942

เกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ค่าความเที่ยงสำหรับงานวิจัยประเภทต่างๆ โดย Nunnally (1978) เสนอว่า

ค่า ( $\alpha$ ) มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research)

ค่า ( $\alpha$ ) มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research)

ค่า ( $\alpha$ ) มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important Research)

ผลจากการวัดค่าความเที่ยงพบว่าค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 ชุดมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.942 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคของแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มมีค่าความเที่ยงตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) มากกว่า 0.7 ซึ่งสามารถนำมาใช้ในงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ได้

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามในรูปแบบของ แบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google form และได้ทำการส่งลิงค์ ในการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งลิงค์แบบสอบถาม Google form ผ่านทางช่องทาง Social media เช่น Facebook, Line, Email เป็นต้น ในการส่งลิงค์ แบบสอบถาม เพื่อให้ทั่วถึงในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ ได้มีรายละเอียดช่องทางการเก็บข้อมูล ดังนี้

ในช่องทาง Line, Email ได้ทำการกระจายโดยให้เพื่อนร่วมงาน ที่ดูแลรับผิดชอบ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และสมาคมตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน รวมถึงสำนักงานตัวแทนในพื้นที่ ส่งผ่านลิงค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ในช่องทาง Facebook ได้ส่งผ่านกลุ่ม Facebook ของจังหวัดนั้น ๆ เช่น สำนักงานตัวแทนบริษัทประกันชีวิต และกลุ่มชมรมต่าง ๆ เช่น อาสาสมัครประกันภัย กลุ่มคนกลางประกันภัยของจังหวัด เพื่อช่วยในการตอบแบบสอบถาม

โดยมีระยะเวลาการเก็บแบบสอบถามอยู่ในช่วงเดือน 10 สิงหาคม-10 กันยายน 2564

เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่าน Google form ครบตามจำนวนแล้วผู้วิจัยทำการดาวน์โหลดข้อมูลแบบสอบถามมาในรูปแบบของ Excel และนำไปทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้



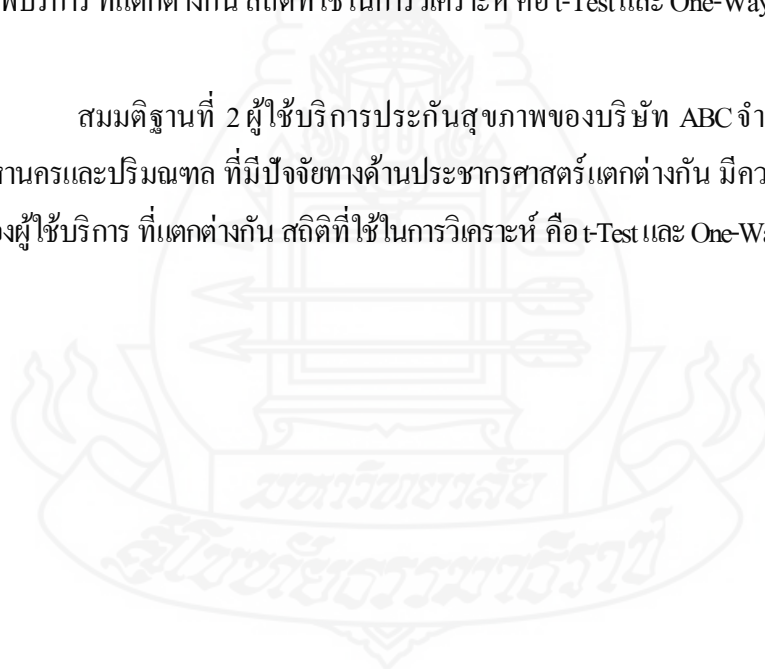
ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติความถี่ และร้อยละ  
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติความถี่ และร้อยละ  
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ  
ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท  
ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน

**5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ t-Test และ One-Way  
Analysis of Variance ANOVA**

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการ  
รับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t-Test และ One-Way Analysis of Variance  
ANOVA

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความ  
พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t-Test และ One-Way Analysis of Variance  
ANOVA



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยที่ทำการวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) จากกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 384 ราย คิดเป็นอัตราตอบกลับ 100% โดยมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามรวมเท่ากับ 0.952 และนำมาทำการประมวลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติในขั้นต่อไปด้วยสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test การทดสอบ One Way Analysis of Variance ตามวัตถุประสงค์ของหัวข้อวิจัยและนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังหัวข้อ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสมมติฐาน 2 ข้อ  
สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

## ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

### สัญลักษณ์ทางสถิติในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ทางสถิติในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้เอาประกันภัยสุขภาพ และมีประสบการณ์เคลมประกันในช่วงระหว่างปี 60-63 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
F	แทน ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม
df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ
SS	แทน ผลบวกของส่วนเบี่ยงเบนกำลังสอง
MS	แทน ค่าความแปรปรวน
*	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
Sig	แทน ค่าความน่าจะเป็นของความมีนัยสำคัญ

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์คำถามคัดกรองของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย ท่านเคยมีประสบการณ์การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 หรือไม่ และปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด

การวิเคราะห์คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยท่านเคยมีประสบการณ์การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560 - 2563 หรือไม่ และปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 348

คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ประสบการณ์การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563</b>		
เคย	348	100.00
ไม่เคย	0	0
<b>ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด</b>		
กรุงเทพมหานคร	81	23.30
ปทุมธานี	97	27.90
นนทบุรี	93	26.70
สมุทรปราการ	77	22.10

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวน 348 คน โดยมีผลวิเคราะห์ ดังนี้

1. ประสบการณ์การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 100.00 เคยเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563

2. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 27.90 อยู่จังหวัดปทุมธานี รองลงมา ร้อยละ 26.70 อยู่จังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 23.30 อยู่กรุงเทพมหานคร และร้อยละ 22.10 อยู่สมุทรปราการ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

n = 348			
	ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	151	43.40
	หญิง	197	56.60
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	46	13.20
	25-35 ปี	106	30.50
	36-45 ปี	114	32.80
	46-55 ปี	63	18.10
	56 ปี ขึ้นไป	19	5.50
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.40
	มัธยมศึกษาตอนต้น	18	5.30
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	20	5.70
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	50.60
	ปริญญาโท	123	35.30
	ปริญญาเอก	6	1.70

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
ธุรกิจส่วนตัว	113	32.50
เกษตรกร	8	2.30
รับจ้าง	43	12.40
ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	2.00
เกษียณ	8	2.30
นักเรียน/นักศึกษา	4	1.10
ลูกจ้าง	92	26.40
อื่น ๆ (พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ)	73	21.00
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	170	48.90
สมรส	164	47.10
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	14	4.00
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	78	22.40
20,000 - 30,000 บาท	78	22.40
30,001 - 40,000 บาท	51	14.70
มากกว่า 40,000 บาท	141	40.50

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวน 348 คน โดยมีผลวิเคราะห์ดังนี้

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 56.60 เป็นเพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 43.40 เป็นเพศชาย

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 32.80 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี รองลงมา ร้อยละ 30.50 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 18.10 มีอายุระหว่าง 46-55 ปี ร้อยละ 13.20 มีอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี และร้อยละ 5.50 มีอายุ 56 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 50.57 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมา ร้อยละ 35.30 จบการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 5.70 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ร้อยละ 5.30 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา



ตอนต้น ร้อยละ 1.70 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก และร้อยละ 1.40 จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ

4. อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 32.50 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมา ร้อยละ 26.40 ประกอบอาชีพลูกจ้าง ร้อยละ 21.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.40 ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 2.30 ประกอบอาชีพเกษตรกร และเกษียณ เท่ากัน ร้อยละ 2.00 ประกอบอาชีพว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และร้อยละ 1.10 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ

5. สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 48.90 มีสถานภาพโสด รองลงมา ร้อยละ 47.10 มีสถานภาพสมรสแล้ว และร้อยละ 4.00 มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ตามลำดับ

6. รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 40.50 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 22.40 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 - 30,000 บาท เท่ากัน และร้อยละ 14.70 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท/เดือน ตามลำดับ

### **ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้คุณภาพบริการ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ และด้านความเอาใจใส่จากการใช้บริการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมจัดระดับการรับรู้คุณภาพบริการในแต่ละด้าน ซึ่งสรุปได้ตามตารางและคำอธิบายได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม

n = 348

คุณภาพบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท	3.81	0.787	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.69	0.855	มาก
ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	3.78	0.765	มาก
ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ	3.79	0.815	มาก
ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ	5.00	5.000	มากที่สุด
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.01</b>	<b>1.645</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) โดยคุณภาพบริการรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ ( $\bar{X} = 5.00$ ) รองลงมาคือ ด้านทางกายภาพของบริษัท ( $\bar{X} = 3.81$ ) ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.79$ ) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.78$ ) ส่วนที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ( $\bar{X} = 3.69$ )

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท

n = 348

ด้านทางกายภาพของบริษัท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1.1 เมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย บรรยากาศที่ดี และตกแต่งอย่างภูมิฐาน สวยงามและทันสมัย	3.99	0.702	มาก
1.2 เมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ เช่น น้ำดื่ม โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพอ เป็นต้น	3.99	0.742	มาก

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านทางกายภาพของบริษัท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1.3 สำนักงานใหญ่/สาขา มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบรายชื่อที่รวดเร็ว	3.84	0.705	มาก
1.4 มีการจัดตั้งสาขาของบริษัทกระจายในทุกพื้นที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ	3.45	0.914	มาก
1.5 มีช่องทางในการชำระค่าบริการที่ที่มีความหลากหลาย ได้แก่ Internet Banking, 7/11 และห้างสะดวกซื้อ เป็นต้น	3.78	0.875	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.81</b>	<b>0.787</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านทางกายภาพของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย บรรยากาศที่ดี และตกแต่งอย่างภูมิฐาน สวยงามและทันสมัย และเมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น น้ำดื่ม โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพอ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.99$ ) รองลงมาคือ สำนักงานใหญ่/สาขา มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบรายชื่อที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.84$ ) และมีช่องทางในการชำระค่าบริการที่มีความหลากหลาย ได้แก่ Internet Banking, 7/11 และห้างสะดวกซื้อ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.78$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ มีการจัดตั้งสาขาของบริษัทกระจายในทุกพื้นที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ ( $\bar{X} = 3.45$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท

n = 348

ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
2.1 บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลและมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่ผู้ใช้บริการให้ทราบก่อนเซ็นสัญญา	3.82	0.826	มาก
2.2 บริษัทมีประวัติความเป็นมาและผลงานที่ผ่านมาน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ	3.77	0.849	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
2.3 บริษัทมีนโยบายในการบริหารและการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการบริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ	3.78	0.733	มาก
2.4 บริษัทมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.58	1.090	มาก
2.5 บริษัทมีการพัฒนาบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็วมาช่วยในการให้บริการลูกค้า	3.49	0.776	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.69</b>	<b>0.855</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลและมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่ผู้ให้บริการให้ทราบก่อนเซ็นสัญญา ( $\bar{X} = 3.82$ ) รองลงมาคือ บริษัทมีนโยบายในการบริหารและการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการบริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ ( $\bar{X} = 3.78$ ) บริษัทมีประวัติความเป็นมาและผลงานที่ผ่านมาน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X} = 3.77$ ) บริษัทมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.58$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ บริษัทมีการพัฒนาบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็วมาช่วยในการให้บริการลูกค้า ( $\bar{X} = 3.49$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

n = 348

ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
3.1 เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีการแจ้งรายละเอียดตามสัญญา ตลอดจนคำแนะนำได้อย่างเข้าใจ ถูกต้องและชัดเจน	3.80	0.724	มาก
3.2 มีขั้นตอนและกระบวนการในการเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาอย่างชัดเจน และใช้เวลารวดเร็วในการติดต่อขอรับเงิน	3.65	0.969	มาก
3.3 มีขั้นตอนและกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสัญญา และการต่ออายุสัญญาอย่างรวดเร็ว	3.89	0.760	มาก
3.4 มีตัวแทนติดต่อโรงพยาบาลให้ความสะดวกที่โรงพยาบาลในขณะรักษาตัว	3.75	0.697	มาก
3.5 มีตัวแทนคอยช่วยติดตามความคืบหน้า ภายหลังจากยื่นเรื่องเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้	3.81	0.675	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.78</b>	<b>0.765</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีขั้นตอนและกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสัญญา และการต่ออายุสัญญาอย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.89$ ) รองลงมาคือ มีตัวแทนคอยช่วยติดตามความคืบหน้า ภายหลังจากยื่นเรื่องเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้ ( $\bar{X} = 3.81$ ) เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีการแจ้งรายละเอียดตามสัญญา ตลอดจนคำแนะนำได้อย่างเข้าใจ ถูกต้องและชัดเจน ( $\bar{X} = 3.80$ ) มีตัวแทนติดต่อโรงพยาบาลให้ความสะดวกที่โรงพยาบาลในขณะรักษาตัว ( $\bar{X} = 3.75$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ มีขั้นตอนและกระบวนการในการเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาอย่างชัดเจน และใช้เวลารวดเร็วในการติดต่อขอรับเงิน ( $\bar{X} = 3.65$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ

n = 348

ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
4.1 เจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันทั่วทั้งที่กรณีมีปัญหา	3.81	0.828	มาก
4.2 เจ้าหน้าที่/ตัวแทน ให้คำปรึกษาข้อสงสัยเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาได้อย่างรวดเร็ว	3.81	0.792	มาก
4.3 เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีความใส่ใจในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง	3.79	0.796	มาก
4.4 สามารถโทรสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center ใช้เวลาไม่นาน และได้ข้อมูลรวดเร็ว	3.74	0.845	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.79</b>	<b>0.815</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันทั่วทั้งที่กรณีมีปัญหาและเจ้าหน้าที่/ตัวแทน ให้คำปรึกษาข้อสงสัยเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีความใส่ใจในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง ( $\bar{X} = 3.79$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ สามารถโทรสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center ใช้เวลาไม่นาน และได้ข้อมูลรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.74$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ

n = 348

ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
5.1 สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพมีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ จากตัวแทน	3.72	0.752	มาก
5.2 มีการแจกแจงรายละเอียดและเงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพ ที่ชัดเจนและสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง	3.66	0.918	มาก
5.3 มีตารางสำเร็จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องใน เว็บไซต์ของบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพได้ อย่างรวดเร็ว	3.66	0.804	มาก
5.4 พนักงานขายหรือตัวแทนให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ	3.57	0.817	มาก
5.5 มีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัย อย่างสม่ำเสมอ	3.57	0.848	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.63</b>	<b>0.828</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ มีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ จากตัวแทน ( $\bar{X} = 3.72$ ) รองลงมาคือ มีการแจกแจงรายละเอียดและ เงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพที่ชัดเจนและสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้อง และมีตาราง สำเร็จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องในเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อประกัน สุขภาพได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ พนักงานขายหรือตัวแทน ให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ และมีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนด ชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.57$ ) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ด้านการให้บริการ ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และด้านการไม่ต่ออายุสัญญา ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมจัดระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน ซึ่งสรุปได้ตามตารางและคำอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 4.9 คะแนนเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21-5.00	อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	อยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	อยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	n = 348		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	3.73	0.811	มาก
ด้านการให้บริการ	3.66	0.736	มาก
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	3.72	0.844	มาก
ด้านการไม่ต่ออายุสัญญา	3.63	0.860	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.68</b>	<b>0.813</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ( $\bar{X} = 3.73$ ) ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ( $\bar{X} = 3.72$ ) และด้านการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านการไม่ต่ออายุสัญญา ( $\bar{X} = 3.63$ )

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านเงื่อนไขตามสัญญา

n = 348			
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.1 เงื่อนไขทั่วไปในการควบคุมครอง ข้อกำหนดและข้อขังเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจนและไม่คลุมเครือ	3.75	0.742	มาก
1.2 เงื่อนไขการให้บริการของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยในที่จะเข้าใช้บริการในโรงพยาบาลมีจำกัด	3.74	0.858	มาก
1.3 เงื่อนไขค่าบริการค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษาทางการแพทย์มีข้อจำกัดในการให้บริการ	3.69	0.833	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.73</b>	<b>0.811</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านเงื่อนไขตามสัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เงื่อนไขทั่วไปในการควบคุมครอง ข้อกำหนด และข้อขังเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจนและไม่คลุมเครือ ( $\bar{X} = 3.75$ ) และเงื่อนไขการให้บริการ ของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยในที่จะเข้าใช้บริการในโรงพยาบาลมีจำกัด ( $\bar{X} = 3.74$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ เงื่อนไขค่าบริการค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษาทางการแพทย์มีข้อจำกัดในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการให้บริการ

n = 348

ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
2.1 การให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญาล่าช้า ไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบทางไลน์และตอบทางโทรศัพท์ล่าช้า เป็นต้น	3.61	0.680	มาก
2.2 พนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญาอย่างเพียงพอ	3.78	0.683	มาก
2.3 มีช่องทางการแจ้งเตือนและติดตามการจ่ายเบี้ยประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา	3.59	0.845	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.66</b>	<b>0.736</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ) เมื่อพิจารณารายชื่อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญาอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.78$ ) และการให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญาล่าช้า ไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบทางไลน์ และตอบทางโทรศัพท์ล่าช้า เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.61$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ มีช่องทางการแจ้งเตือนและติดตามการจ่ายเบี้ยประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน

n = 348

ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3.1 การจ่ายค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนด	3.59	0.879	มาก
3.2 บริษัทมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตามเงื่อนไขของสัญญา	3.76	0.772	มาก
3.3 บริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐานที่ผู้ประกันนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิดความจริง	3.79	0.883	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.72</b>	<b>0.844</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐานที่ผู้ประกันนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิดความจริง ( $\bar{X} = 3.79$ ) และบริษัทมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตามเงื่อนไขของสัญญา ( $\bar{X} = 3.76$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ การจ่ายค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนด ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการต่ออายุสัญญา

n = 348

ด้านการต่ออายุสัญญา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4.1 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งด้านการต่ออายุสัญญาปรับ	3.69	0.869	มาก
4.2 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความเสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท	3.61	0.833	มาก
4.3 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงินความคุ้มครองตามสัญญา	3.59	0.879	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.63</b>	<b>0.860</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการต่ออายุสัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งด้านการต่ออายุสัญญาปรับ ( $\bar{X} = 3.69$ ) และไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความเสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท ( $\bar{X} = 3.61$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงินความคุ้มครอง ตามสัญญา ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสมมติฐาน 2 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยวิธีการทดสอบสมมติฐาน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยจะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่าที (Independent Sample t-Test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน กรณีที่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ผู้วิจัยก็จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้  
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน



สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพและมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามเพศ

n=384

เพศ	t	df	Sig.
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท	0.566	346	0.571
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	-0.267	346	0.790
ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	-1.494	346	0.136
ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ	-1.351	346	0.177
ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ	-1.969	346	0.050

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกันได้ดังนี้**

$H_0$ : อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกันได้

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ  
ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และ  
ปริมณฑล จำแนกตามอายุ

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านลักษณะทางกายภาพของ บริษัท	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.87	0.54	4	0.638	0.635
	26-35 ปี	3.74	0.62			
	36-45 ปี	3.85	0.63			
	46-55 ปี	3.83	0.61			
	56 ปีขึ้นไป	3.77	0.65			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.87	0.71	4	1.193	0.314
	26-35 ปี	3.60	0.69			
	36-45 ปี	3.70	0.76			
	46-55 ปี	3.69	0.67			
	56 ปีขึ้นไป	3.67	0.69			
ด้านความเชื่อมั่นของ ผู้ให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	4.02	0.65	4	2.763	0.028*
	26-35 ปี	3.64	0.67			
	36-45 ปี	3.81	0.72			
	46-55 ปี	3.82	0.62			
	56 ปีขึ้นไป	3.72	0.69			
ด้านความรวดเร็วจากการ ให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.95	0.58	4	0.718	0.580
	26-35 ปี	3.75	0.66			
	36-45 ปี	3.77	0.78			
	46-55 ปี	3.78	0.75			
	56 ปีขึ้นไป	3.71	0.80			
ด้านความเอาใจใส่จากการ ให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.74	0.76	4	0.543	0.704
	26-35 ปี	3.59	0.68			
	36-45 ปี	3.60	0.76			
	46-55 ปี	3.67	0.73			
	56 ปีขึ้นไป	3.73	0.66			

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอายุ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

n = 348

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือ	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		เทียบเท่า 25 ปี				
		4.02	3.64	3.81	3.82	3.72
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	4.02	-	0.381* (0.001)	0.212 (0.073)	0.201 (0.124)	0.301 (0.102)
26-35 ปี	3.64		-	-0.169 (0.063)	-0.180 (0.094)	-0.079 (0.634)
36-45 ปี	3.81			-	-0.010 (0.920)	0.089 (0.593)
46-55 ปี	3.82				-	0.100 (0.571)
56 ปี ขึ้นไป	3.72					-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการน้อยกว่าผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี โดยมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.381

**สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.18 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามระดับการศึกษา

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านลักษณะทางกายภาพ ของบริษัท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.64	0.57	5	1.619	0.154
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.81	0.63			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.52	0.65			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.79	0.57			
	ปริญญาโท	3.90	0.66			
	ปริญญาเอก	3.70	0.71			
ด้านความน่าเชื่อถือของ บริษัท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.56	0.84	5	1.537	0.178
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.61	0.67			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.32	0.73			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.69	0.67			
	ปริญญาโท	3.77	0.76			
	ปริญญาเอก	3.53	0.83			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านความเชื่อมั่นของ ผู้ใช้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.80	0.49	5	1.931	0.089
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.59	0.69			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.38	0.67			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.80	0.65			
	ปริญญาโท	3.84	0.72			
	ปริญญาเอก	3.73	0.71			
ด้านความรวดเร็วจากการ ให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.45	0.41	5	1.964	0.083
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.72	0.68			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.38	0.74			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.86	0.64			
	ปริญญาโท	3.77	0.81			
	ปริญญาเอก	3.75	0.69			
ด้านความเอาใจใส่จากการ ให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.48	0.30	5	3.003	0.011*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.57	0.68			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.14	0.77			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.67	0.68			
	ปริญญาโท	3.71	0.73			
	ปริญญาเอก	3.10	1.31			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการให้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ

n = 348

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	ปริญญา ตรีหรือ เทียบเท่า	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		3.48	3.57	3.14	3.67	3.71	3.10
ต่ำกว่า	3.48	-	-0.086	0.340	-0.189	-0.225	0.380
มัธยมศึกษา ตอนต้น			(0.810)	(0.341)	(0.559)	(0.489)	(0.380)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	3.57		-	0.426	-0.102	-0.139	0.466
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา				(0.067)	(0.561)	(0.441)	(0.166)
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	3.14			-	-0.529*	-0.565*	0.040
ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า					(0.002)	(0.001)	(0.904)
ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	3.67				-	-0.036	0.569
ปริญญาโท						(0.665)	(0.055)
ปริญญาโท	3.71					-	0.605*
ปริญญาเอก							(0.043)
ปริญญาเอก	3.10						-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา



คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาโท

**สมมติฐานที่ 1.4** อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกันได้  
สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกันได้

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.20 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามอาชีพ

		n = 348					
การรับรู้คุณภาพบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig	
ด้านลักษณะทางกายภาพ ของบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	3.86	0.62	7	2.559	0.014*	
	เกษตรกร	3.75	0.65				
	รับจ้าง	3.65	0.56				
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.60	0.64				
	เกษียณ	3.38	0.61				
	นักเรียน/นักศึกษา	4.60	0.16				
	อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	3.89	0.61				
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ						

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านความน่าเชื่อถือของ บริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	3.76	0.60	7	3.148	0.003*
	เกษตรกร	3.74	0.71			
	รับจ้าง	3.43	0.35			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.47	0.65			
	เกษียณ	3.37	0.60			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.30	0.74			
	อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	4.50	0.12			
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ					
ด้านความเชื่อมั่นของ ผู้ใช้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	3.85	0.73	7	2.942	0.005*
	เกษตรกร	3.59	0.70			
	รับจ้าง	3.83	0.68			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.35	0.33			
	เกษียณ	3.61	0.65			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.49	0.38			
	อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	3.43	0.66			
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ					
ด้านความรวดเร็วจากการ ให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	4.35	0.41	7	2.254	0.030*
	เกษตรกร	3.95	0.71			
	รับจ้าง	3.68	0.66			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.82	0.72			
	เกษียณ	3.72	0.57			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.60	0.76			
	อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	3.50	0.56			
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ					

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	3.16	0.65	7	2.581	0.013*
	เกษตรกร	4.25	0.41			
	รับจ้าง	3.92	0.72			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.75	0.68			
	เกษียณ	3.70	0.73			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.40	0.68			
	อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	3.50	0.76			
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ					

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.21-4.25

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท

n = 348

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน /แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.86	3.75	3.65	3.60	3.38	4.60	3.89	3.76
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.86	-	0.110 (0.618)	0.213* (0.049)	0.260 (0.269)	0.485* (0.029)	-0.739* (0.380)	-0.026 (0.752)	0.101 (0.264)
เกษตรกร	3.75		-	0.103 (0.656)	0.150 (0.631)	0.375 (0.215)	-0.850* (0.022)	-0.136 (0.538)	-0.008 (0.968)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ /แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.86	3.75	3.65	3.60	3.38	4.60	3.89	3.76
รับจ้าง	3.65			-	0.046 (0.850)	0.271 (0.243)	0.953* (0.003)	-0.240* (0.032)	-0.112 (0.333)
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.60				-	0.225 (0.472)	-0.100* (0.009)	-0.286 (0.226)	-0.158 (0.506)
เกษียณ	3.38					-	-1.225 (0.001)	-0.511* (0.022)	-0.383 (0.088)
นักเรียน นักศึกษา	4.60						-	0.713* (0.021)	0.841* (0.007)
ลูกจ้าง	3.89								0.128 (0.176)
อื่น ๆ	3.76								-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษียณ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

คู่ที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพรับจ้าง เกษียณ และนักเรียน/นักศึกษา

คู่ที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

ตารางที่ 4.22 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท

n = 348

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.74	3.43	3.47	3.37	3.30	4.50	3.85	3.59
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.74	-	0.316 (0.216)	0.276* (0.028)	0.370 (0.175)	0.441 (0.085)	-0.758* (0.034)	-0.110 (0.260)	0.152 (0.147)
เกษตรกร	3.43		-	-0.040 (0.882)	0.053 (0.882)	0.125 (0.721)	-1.075* (0.012)	-0.427 (0.098)	-0.164 (0.529)
รับจ้าง	3.47			-	0.093 (0.742)	0.165 (0.540)	-1.034* (0.005)	-0.387* (0.003)	-0.123 (0.357)
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.37				-	0.071 (0.843)	-1.128* (0.010)	-0.480 (0.080)	-0.217 (0.432)
เกษียณ	3.30					-	-1.200* (0.005)	-0.552* (0.033)	-0.289 (0.267)
นักเรียน นักศึกษา	4.50						-	0.647 (0.070)	0.910* (0.012)
ลูกจ้าง	3.85								0.263* (0.017)
อื่น ๆ	3.59								-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพรับจ้าง และเกษียณ

คู่ที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

n = 348

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.83	3.35	3.61	3.49	3.43	4.35	3.95	3.68
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.83	-	0.476 (0.052)	0.217 (0.070)	0.340 (0.191)	0.401 (.101)	-0.523 (0.125)	-0.119 (0.205)	0.149 (0.136)
เกษตรกร	3.35		-	-0.259 (0.314)	-0.135 (0.695)	-0.075 (0.823)	-1.000* (0.015)	-0.595* (0.016)	-0.326 (0.190)
รับจ้าง	3.61			-	0.123 (0.650)	0.184 (0.474)	-0.740* (0.035)	-0.336* (0.007)	-0.067 (0.600)
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.49				-	0.060 (0.861)	-0.864* (0.040)	-0.459 (0.080)	-0.191 (0.471)



ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.83	3.35	3.61	3.49	3.43	4.35	3.95	3.68
เกษียณ	3.43					-	-0.925*	-0.520*	-0.251
							(0.024)	(0.035)	(0.313)
นักเรียน	4.35						-	0.404	0.673
นักศึกษา								(0.237)	(0.051)
ลูกจ้าง	3.95								0.268*
									(0.011)
อื่น ๆ	3.68								-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง และเกษียณ

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง

ตารางที่ 4.24 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ

n = 348

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.82	3.72	3.60	3.50	3.16	4.25	3.92	3.75
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.82	-	0.099 (0.699)	0.213 (0.092)	0.318 (0.248)	0.662* (0.011)	-0.431 (0.231)	-0.099 (0.205)	0.065 (0.539)
เกษตรกร	3.72		-	0.114 (0.675)	0.218 (0.550)	0.562 (0.112)	0.531 (0.220)	-0.199 (0.443)	-0.034 (0.895)
รับจ้าง	3.60			-	0.104 (0.716)	0.448 (0.100)	-0.645 (0.081)	-0.313* (0.017)	-0.0148 (0.274)
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.50				-	0.343 (0.348)	-0.750 (0.091)	-0.418 (0.132)	-0.253 (0.365)
เกษียณ	3.16					-	-1.093* (0.012)	-0.762* (0.004)	-0.597* (0.024)
นักเรียน นักศึกษา	4.25						-	0.331 (0.359)	0.496 (0.172)
ลูกจ้าง	3.92								0.165 (0.137)
อื่น ๆ	3.75								-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่ ดังนี้

คู่มือที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษียณ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

คู่มือที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ

คู่มือที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพรับจ้าง และเกษียณ

คู่มือที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพเกษียณ

ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามอาชีพ ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ

n = 348

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.70	3.40	3.50	3.40	3.23	4.30	3.79	3.48
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.70	-	0.299 (0.252)	0.201 (0.115)	0.299 (0.282)	0.474 (0.070)	-0.600 (0.098)	-0.087 (0.381)	0.222* (0.038)
เกษตรกร	3.40		-	-0.097 (0.722)	0.000 (1.000)	0.175 (0.624)	-0.900* (0.040)	-0.386 (0.142)	-0.076 (0.773)
รับจ้าง	3.50			-	0.097 (0.737)	0.272 (0.321)	-0.802* (0.032)	-0.289* (0.029)	0.020 (0.878)
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.40				-	0.175 (0.635)	-0.900* (0.045)	-0.386 (0.167)	-0.076 (0.786)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่น ๆ
		3.70	3.40	3.50	3.40	3.23	4.30	3.79	3.48
เกษียณ	3.23					-	-1.075*	-0.561*	-0.251
							(0.014)	(0.033)	(0.343)
นักเรียน นักศึกษา	4.30						-	0.513	0.823
								(0.159)	(0.025)
ลูกจ้าง	3.79								0.310*
									(0.006)
อื่น ๆ	3.48								-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่า ผู้มีอาชีพรับจ้าง และเกษียณ

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และลูกจ้าง

**สมมติฐานที่ 1.5 สถานภาพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : สถานภาพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานภาพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมุติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.26 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามสถานภาพ

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	สถานภาพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท	โสด	3.86	0.67	2	1.312	0.271
	สมรส	3.75	0.55			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.90	0.62			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	โสด	3.72	0.74	2	0.321	0.726
	สมรส	3.66	0.68			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.73	0.79			
ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	โสด	3.76	0.71	2	0.268	0.765
	สมรส	3.78	0.65			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.90	0.69			
ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ	โสด	3.76	0.74	2	0.297	0.743
	สมรส	3.81	0.70			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.88	0.63			
ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ	โสด	3.63	0.73	2	1.007	0.366
	สมรส	3.66	0.73			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.37	0.52			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดนครปฐม จำแนกสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ  
แตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ แตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.27 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ  
ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และ  
ปริมณฑล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านลักษณะทางกายภาพ ของบริษัท	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.76	0.63	3	2.432	0.065
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.68	0.56			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.95	0.63			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.86	0.61			
ด้านความน่าเชื่อถือของ บริษัท	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.63	0.70	3	1.407	0.241
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.59	0.71			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.84	0.74			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.72	0.71			
ด้านความเชื่อมั่นของ ผู้ให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.71	0.64	3	2.295	0.078
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.66	0.68			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.96	0.68			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.81	0.70			
ด้านความรวดเร็วจากการ ให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.72	0.68	3	3.698	0.012*
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.60	0.79			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.96	0.66			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.86	0.69			



ตารางที่ 4.27 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านความเอาใจใส่จากการ ให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.65	0.73	3	1.347	0.259
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.52	0.71			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.78	0.71			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.64	0.73			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพ บริการของการให้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ ผู้วิจัยจึงทำการ เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับการรับรู้ คุณภาพบริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.27



ตารางที่ 4.28 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านทางกายภาพของบริษัท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ

n = 348

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20,000	20,000-30,000	30,001-40,000	มากกว่า 40,000
		บาท/เดือน	บาท/เดือน	บาท/เดือน	บาท/เดือน
		3.72	3.60	3.96	3.86
ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.72	-	0.125 (0.270)	-0.239 (0.061)	-0.142 (0.155)
20,000-30,000 บาท/เดือน	3.60		-	-0.364* (0.004)	-0.267* (0.008)
30,001-40,000 บาท/เดือน	3.96			-	0.097 (0.400)
มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.86				-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้  
สมมติฐานที่ 2.1 เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพและมีประสบการณ์ในการเคลมประกันในระหว่างปี 2560-2563 ของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.29 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

	n=384			
เพศ	t	df	Sig.	
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	-1.092	346	0.276	
ด้านการให้บริการ	-1.324	346	0.186	
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	-1.918	346	0.056	
ด้านการต่ออายุสัญญา	-1.547	346	0.123	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ พบว่า ทุกด้าน มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำ  
การทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.30 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ

							n = 348
การรับรู้คุณภาพบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig	
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.91	0.72	4	1.112	0.350	
	26-35 ปี	3.64	0.68				
	36-45 ปี	3.72	0.80				
	46-55 ปี	3.71	0.74				
	56 ปี ขึ้นไป	3.82	0.78				
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.83	0.52	4	1.997	0.095	
	26-35 ปี	3.63	0.50				
	36-45 ปี	3.65	0.51				
	46-55 ปี	3.68	0.44				
	56 ปี ขึ้นไป	3.49	0.49				

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านการจ่ายค่าสินไหม ทดแทน	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.66	0.82	4	0.440	0.779
	26-35 ปี	3.74	0.83			
	36-45 ปี	3.77	0.75			
	46-55 ปี	3.66	0.65			
	56 ปีขึ้นไป	3.58	0.87			
ด้านการต่ออายุสัญญา	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	3.61	0.85	4	0.256	0.906
	26-35 ปี	3.60	0.86			
	36-45 ปี	3.68	0.79			
	46-55 ปี	3.65	0.67			
	56 ปีขึ้นไป	3.51	0.91			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจากทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.31 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.60	0.37	5	2.999	0.012*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.70	0.65			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.27	0.81			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.73	0.68			
	ปริญญาโท	3.83	0.78			
	ปริญญาเอก	3.11	1.29			
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.47	0.51	5	1.639	0.149
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.65	0.52			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.45	0.59			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.70	0.47			
	ปริญญาโท	3.67	0.50			
	ปริญญาเอก	3.33	0.76			
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.40	0.43	5	0.598	0.702
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.70	0.97			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.77	0.64			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.71	0.78			
	ปริญญาโท	3.75	0.79			
	ปริญญาเอก	3.28	0.53			
ด้านการต่อระดับการศึกษาสัญญา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.47	0.51	5	1.893	0.095
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.63	0.91			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.65	0.67			
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.63	0.79			
	ปริญญาโท	3.68	0.82			
	ปริญญาเอก	2.67	0.82			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเงื่อนไขตามสัญญา

n = 348

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		3.60	3.70	3.27	3.73	3.83	3.11
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.60	-	-0.103 (0.779)	0.333 (0.363)	-0.127 (0.702)	-0.234 (0.483)	0.488 (0.271)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.70		-	0.437 (0.067)	-0.023 (0.897)	-0.130 (0.479)	0.532 (0.087)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	3.27			-	-0.460* (0.008)	-0.560* (0.001)	0.155 (0.648)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.73				-	-0.107 (0.212)	0.616* (0.043)
ปริญญาโท	3.83					-	0.723* (0.019)
ปริญญาเอก	3.11						-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเงื่อนไขตามสัญญา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและปริญญาโท

**สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.33 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

		n = 348				
การรับรู้คุณภาพบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	ธุรกิจส่วนตัว	3.78	0.71	7	2.700	0.010*
	เกษตรกร	3.33	0.50			
	รับจ้าง	3.58	0.82			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.43	0.71			
	เกษียณ	3.29	0.58			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.50	0.33			
	ลูกจ้าง	3.87	0.76			
	อื่นๆ	3.61	0.71			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านการให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	3.67	0.52	7	0.683	0.686
	เกษตรกร	3.54	0.25			
	รับจ้าง	3.66	0.54			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.52	0.26			
	เกษียณ	3.46	0.43			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.42	0.17			
	ลูกจ้าง	3.72	0.48			
	อื่นๆ	3.64	0.51			
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ธุรกิจส่วนตัว	3.63	0.81	7	1.684	0.112
	เกษตรกร	3.83	0.62			
	รับจ้าง	3.81	0.68			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.67	0.61			
	เกษียณ	3.71	0.90			
	นักเรียน/นักศึกษา	2.58	0.69			
	ลูกจ้าง	3.76	0.78			
	อื่นๆ	3.79	0.75			
ด้านการต่ออาชีพสัญญา	ธุรกิจส่วนตัว	3.54	0.85	7	2.004	0.054
	เกษตรกร	3.71	0.63			
	รับจ้าง	3.74	0.73			
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.67	0.58			
	เกษียณ	3.79	0.87			
	นักเรียน/นักศึกษา	2.33	0.67			
	ลูกจ้าง	3.70	0.77			
	อื่นๆ	3.67	0.80			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไข

ตามสัญญา ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี LSD ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษียณ	นักเรียน/ นักศึกษา	ลูกจ้าง	อื่นๆ	n = 348
		3.78	3.33	3.58	3.43	3.29	4.50	3.87	3.61	
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.78	-	0.451 (0.092)	0.203 (0.121)	0.356 (0.211)	0.492 (0.066)	-0.715 (0.055)	-0.088 (0.388)	0.177 (0.106)	
เกษตรกร	3.33		-	-0.248 (0.378)	-0.095 (0.801)	0.041 (0.909)	-1.166* (0.009)	-0.539* (0.046)	-0.273 (0.314)	
รับจ้าง	3.58			-	0.152 (0.608)	0.289 (0.303)	-0.918* (0.017)	-0.291* (0.031)	-0.025 (0.854)	
ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.43				-	0.136 (0.717)	-1.071* (0.020)	-0.444 (0.121)	-0.178 (0.536)	
เกษียณ	3.29					-	-1.208* (0.007)	-0.581* (0.031)	-0.315 (0.246)	
นักเรียน/ นักศึกษา	4.50						-	0.626 (0.094)	0.892* (0.018)	
ลูกจ้าง	3.87							-	0.265* (0.021)	
อื่นๆ	3.61								-	

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพด้านเงื่อนไขตามสัญญา จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ

คู่ที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และเกษียณ

คู่ที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง

**สมมติฐานที่ 2.5 สถานภาพสมรส ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน**

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : สถานภาพสมรส ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานภาพสมรส ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้



ตารางที่ 4.35 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

n = 348

การรับรู้คุณภาพบริการ	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	โสด	3.73	0.77	2	0.016	0.984
	สมรส	3.73	0.74			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.69	0.38			
ด้านการให้บริการ	โสด	3.64	0.49	2	0.581	0.560
	สมรส	3.69	0.52			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.74	0.23			
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	โสด	3.67	0.78	2	0.892	0.411
	สมรส	3.77	0.78			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.60	0.69			
ด้านการต่อสถานภาพสมรสสัญญา	โสด	3.59	0.82	2	0.764	0.467
	สมรส	3.69	0.80			
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.52	0.57			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจากมีค่าทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน



ความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยได้บ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.36 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

n = 348						
การรับรู้คุณภาพบริการ	รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	df	F	Sig
ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.68	0.76	3	2.752	0.043*
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.58	0.77			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.95	0.68			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.74	0.73			
ด้านการให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.61	0.52	3	1.320	0.268
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.62	0.51			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.77	0.43			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.68	0.49			
ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.70	0.85	3	0.626	0.599
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.82	0.74			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.68	0.68			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.68	0.79			
ด้านการต่อรายได้ต่อเดือนสัญญา	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.61	0.87	3	0.704	0.550
	20,000-30,000 บาท/เดือน	3.74	0.72			
	30,001-40,000 บาท/เดือน	3.65	0.73			
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.58	0.84			

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ของผู้กลุ่มตัวอย่างต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.37 ค่าสถิติเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน ด้านเงื่อนไขตามสัญญา

n = 348

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20,000	20,000-30,000	30,001-40,000	มากกว่า 40,000
		บาท/เดือน	บาท/เดือน	บาท/เดือน	บาท/เดือน
		3.68	3.58	3.95	3.74
ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	3.68	-	0.102 (0.385)	-0.270* (0.042)	-0.060 (0.558)
20,000-30,000 บาท/เดือน	3.58		-	-0.370* (0.005)	-0.163 (0.117)
30,001-40,000 บาท/เดือน	3.95			-	0.209 (0.083)
มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	3.74				-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านเงื่อนไขตามสัญญา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน และ 20,000-30,000 บาท/เดือน

## ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัยการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในแต่ละสมมติฐานได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1: ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ที่แตกต่างกัน**

ตารางที่ 4.38 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ				
	ด้านกายภาพ	ด้านความน่าเชื่อถือ	ด้านความเชื่อมั่น	ด้านการรวดเร็ว	ด้านความเอาใจใส่
เพศ	ปฏิเสธ (Sig.0.571)	ปฏิเสธ (Sig.0.790)	ปฏิเสธ (Sig.0.136)	ปฏิเสธ (Sig.0.177)	ปฏิเสธ (Sig.0.050)
อายุ	ปฏิเสธ (Sig.0.635)	ปฏิเสธ (Sig.0.314)	ยอมรับ (Sig.0.028*)	ปฏิเสธ (Sig.0.580)	ปฏิเสธ (Sig.0.704)
ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ (Sig.0.154)	ปฏิเสธ (Sig.0.178)	ปฏิเสธ (Sig.0.089)	ปฏิเสธ (Sig.0.083)	ยอมรับ (Sig.0.011*)
อาชีพ	ยอมรับ (Sig.0.014*)	ยอมรับ (Sig.0.003*)	ยอมรับ (Sig.0.005*)	ยอมรับ (Sig.0.030*)	ยอมรับ (Sig.0.013*)
สถานภาพสมรส	ปฏิเสธ (Sig.0.271)	ปฏิเสธ (Sig.0.726)	ปฏิเสธ (Sig.0.765)	ปฏิเสธ (Sig.0.743)	ปฏิเสธ (Sig.0.366)
รายได้ต่อเดือน	ปฏิเสธ (Sig.0.065)	ปฏิเสธ (Sig.0.241)	ปฏิเสธ (Sig.0.078)	ยอมรับ (Sig.0.012*)	ปฏิเสธ (0.259)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ที่ต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในแต่ละด้าน พบว่ามีความแตกต่างกัน ดังนี้

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท และด้านความเอาใจใส่

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน เนื่องจากทุกด้านมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ

**สมมติฐานที่ 2** ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ			
	ด้านเงื่อนไขตามสัญญา	ด้านการให้บริการ	ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน	ด้านการต่ออายุสัญญา
เพศ	ปฏิเสธ (Sig.0.276)	ปฏิเสธ (Sig.0.186)	ปฏิเสธ (Sig.0.056)	ปฏิเสธ (Sig.0.123)
อายุ	ปฏิเสธ (Sig.0.350)	ปฏิเสธ (Sig.0.095)	ปฏิเสธ (Sig.0.779)	ปฏิเสธ (Sig.0.779)
ระดับการศึกษา	ยอมรับ (Sig.0.012*)	ปฏิเสธ (Sig.0.149)	ปฏิเสธ (Sig.0.702)	ปฏิเสธ (Sig.0.095)
อาชีพ	ยอมรับ (Sig.0.010*)	ปฏิเสธ (Sig.0.686)	ปฏิเสธ (Sig.0.112)	ปฏิเสธ (Sig.0.054)

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ			
	ด้านเงื่อนไขตาม สัญญา	ด้านการ ให้บริการ	ด้านการจ่ายค่า สินไหมทดแทน	ด้านการต่ออายุ สัญญา
สถานภาพสมรส	ปฏิเสธ (Sig.0.984)	ปฏิเสธ (Sig.0.560)	ปฏิเสธ (Sig.0.411)	ปฏิเสธ (Sig.0.467)
รายได้ต่อเดือน	ยอมรับ (Sig.0.043*)	ปฏิเสธ (Sig.0.268)	ปฏิเสธ (Sig.0.599)	ปฏิเสธ (Sig.0.550)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ใช้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ที่ต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในแต่ละด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันดังนี้

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านเงื่อนไขตามสัญญา

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านเงื่อนไขตามสัญญา

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างกัน พบว่า มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ทางด้านเงื่อนไขตามสัญญา

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยที่ทำการวิจัยได้เก็บรวบรวม ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) จากกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มผู้ให้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล จำนวน 384 ราย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และประเมินผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test การทดสอบ One Way Analysis of Variance ตามวัตถุประสงค์ของหัวข้อวิจัย และนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะตามลำดับ ขั้นตอนดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการประกันสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการเก็บแบบสอบถามทางออนไลน์ จาก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยทำการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 384 คน สามารถสรุปผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

##### 1.1 ข้อมูลคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจาก จำนวน 348 คน มีประสบการณ์การเรียกชื่อสินค้าใหม่ทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC



จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 (ร้อยละ 100.00) เคยเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 และปัจจุบันอาศัยอยู่ในจังหวัด ปทุมธานี (ร้อยละ 27.90) รองลงมา อยู่จังหวัดนนทบุรี (ร้อยละ 26.70) อยู่กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 23.30) และอยู่สมุทรปราการ (ร้อยละ 22.10)

## 2.2 ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวน 348 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.60) มีอายุ ระหว่าง 36-45 ปี (ร้อยละ 32.80) โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 50.57) และมีอาชีพประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 32.50) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 48.90) และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ 40.52)

## 2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) โดยคุณภาพบริการรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ ( $\bar{X} = 5.00$ ) รองลงมาคือ ด้านทางกายภาพของบริษัท ( $\bar{X} = 3.81$ ) ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.79$ ) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.78$ ) ส่วนที่มีระดับการรับรู้ น้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ( $\bar{X} = 3.69$ ) สามารถจำแนกสรุปผลการวิจัยออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

**2.3.1 ด้านทางกายภาพของบริษัท** พบว่า ด้านทางกายภาพของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เมื่อเข้าไปใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย บรรยากาศที่ดี และตกแต่งอย่างภูมิฐาน สวยงามและทันสมัย และเมื่อเข้าไปใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ให้บริการ เช่น น้ำดื่ม โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพอ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.99$ ) รองลงมาคือ สำนักงานใหญ่/สาขา มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบรายชื่อที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.84$ ) และมีช่องทางในการชำระเบี้ยประกันภัยที่มีความหลากหลาย ได้แก่ Internet Banking , 7/11 และ ห้างสะดวกซื้อ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.78$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ น้อยที่สุด คือ มีการจัดตั้งสาขาของบริษัทกระจายในทุกพื้นที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ ( $\bar{X} = 3.45$ ) ตามลำดับ

**2.3.2 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท** พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล และมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่ผู้ใช้บริการให้ทราบก่อนเซ็นสัญญา ( $\bar{X} = 3.82$ ) รองลงมาคือ บริษัทมีนโยบายในการบริหารและการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการบริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ ( $\bar{X} = 3.78$ ) บริษัทมีประวัติความเป็นมาและผลงานที่ผ่านมาที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X} = 3.77$ ) บริษัทมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.58$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ บริษัทมีการพัฒนาบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็วมาช่วยในการให้บริการลูกค้า ( $\bar{X} = 3.49$ ) ตามลำดับ

**2.3.3 ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ** พบว่า ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีขั้นตอนและกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสัญญา และการต่ออายุสัญญาอย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.89$ ) รองลงมาคือ มีตัวแทนคอยช่วยติดตามความคืบหน้า ภายหลังจากยื่นเรื่องเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้ ( $\bar{X} = 3.81$ ) เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีการแจ้งรายละเอียดตามสัญญา ตลอดจนคำแนะนำได้อย่างเข้าใจ ถูกต้องและชัดเจน ( $\bar{X} = 3.80$ ) มีตัวแทนติดต่อโรงพยาบาลให้ความสะดวกที่โรงพยาบาลในขณะรักษาตัว ( $\bar{X} = 3.75$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ มีขั้นตอนและกระบวนการในการเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาอย่างชัดเจน และใช้เวลารวดเร็วในการติดต่อขอรับเงิน ( $\bar{X} = 3.65$ ) ตามลำดับ

**2.3.4 ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ** พบว่า ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที กรณีมีปัญหา และเจ้าหน้าที่/ตัวแทน ให้คำปรึกษาข้อสงสัยเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีความใส่ใจในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง ( $\bar{X} = 3.79$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ สามารถโทรสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center ใช้เวลาไม่นาน และได้ข้อมูลรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.74$ ) ตามลำดับ

**2.3.5 ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ** พบว่า ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพมีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ จากตัวแทน ( $\bar{X} = 3.72$ ) รองลงมาคือ มีการแจกแจงรายละเอียดและเงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพที่ชัดเจนและสามารถ

ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีตารางสำเร็จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องใน เว็บไซต์ของบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ พนักงานขายหรือตัวแทนให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ และมีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.57$ ) ตามลำดับ

#### 2.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวมระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ( $\bar{X} = 3.73$ ) ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ( $\bar{X} = 3.72$ ) และด้านการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านการต่ออายุสัญญา ( $\bar{X} = 3.63$ ) สามารถจำแนกสรุปผลการวิจัยออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

**2.4.1 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา** พบว่า ด้านเงื่อนไขตามสัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เงื่อนไขทั่วไปในการควบคุมครองข้อกำหนดและข้อข้อยกเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจนและไม่คลุมเครือ ( $\bar{X} = 3.75$ ) และเงื่อนไขการให้บริการของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยในที่จะเข้าใช้บริการในโรงพยาบาลมีจำกัด ( $\bar{X} = 3.74$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ เงื่อนไขค่าบริการ ค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษา ทางกายภาพมีข้อจำกัดในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ

**2.4.2 ด้านการให้บริการ** พบว่า ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญาอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.78$ ) และการให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญาล่าช้าไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบทางไลน์ และตอบทางโทรศัพท์ล่าช้า เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.61$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ มีช่องทางการแจ้งเตือน และติดตามการจ่ายเบี้ยประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

**2.4.3 ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน** พบว่า ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐานที่ผู้ประกันนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิดความจริง ( $\bar{X} = 3.79$ ) และบริษัทมีการจ่าย

ค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตามเงื่อนไขของสัญญา ( $\bar{X} = 3.76$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ การจ่ายค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนด ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

**2.4.4 ด้านการต่ออายุสัญญา** พบว่า ด้านการต่ออายุสัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งด้านการต่ออายุสัญญาปรับ ( $\bar{X} = 3.69$ ) และไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความเสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท ( $\bar{X} = 3.61$ ) ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงินความคุ้มครอง ตามสัญญา ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

**2.5 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์** เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สามารถจำแนกสรุปผลการวิจัยออกเป็นรายด้านได้ดังนี้ เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน อายุที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ เพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี โดยมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.381 และ ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ เพราะระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการมากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ส่วนระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา รวมถึง อาชีพที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน สถานภาพที่ต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของ

การใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ เพราะรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน

#### 2.6 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สามารถจำแนกสรุปผลการวิจัยออกเป็นรายด้านได้ดังนี้ เพศ ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ส่วนระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา และระดับการศึกษาปริญญาเอก มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และปริญญาโท อีกทั้ง อาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ ส่วนอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และเกษียณ และอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง นอกจากนี้ สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกัน รวมถึงรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน และ 20,000-30,000 บาท/เดือน



## 2. อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อ บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่าในแต่ละวัตถุประสงค์มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ เชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผล ในแต่ละวัตถุประสงค์ ดังนี้

### 2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อ บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อ บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) โดยคุณภาพบริการรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านทางกายภาพของบริษัท ด้านความรวดเร็วจากการ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ส่วนที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท สามารถจำแนกอภิปรายผลออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

**2.1.1 ด้านทางกายภาพของบริษัท** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะเมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยมีบรรยากาศที่ดี และตกแต่งอย่างภูมิฐาน สวยงามและทันสมัย และเมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ให้บริการ เช่น น้ำดื่ม โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพอ เป็นต้น รวมถึงสำนักงานใหญ่/สาขา มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบรายชื่อที่รวดเร็ว และมีช่องทางในการชำระเบี้ยประกันภัยที่มีความหลากหลาย ได้แก่ Internet Banking , 7/11 และห้างสะดวกซื้อ เป็นต้น และมีการจัดตั้งสาขาของบริษัทกระจายในทุกพื้นที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ นาคกิติกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ประชาชนต้องการทราบประกอบการตัดสินใจซื้อประกัน คือ เงื่อนไขในการคุ้มครองผลตอบแทน ความมั่นคงของบริษัท ประกัน และความสะดวกในการเคลมประกันที่รวดเร็ว

**2.1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลและมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่ผู้ให้บริการให้ทราบก่อนเซ็นสัญญา และทางบริษัทมีนโยบายในการบริหารและการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการบริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ บริษัทยังมีประวัติความเป็นมา และผลงานที่ผ่านมาน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้บริษัทยังมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ และมีการพัฒนาบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็วมาช่วยในการให้บริการลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของจิ

ราภรณ์ ไชยโนฤทธิ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทนอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และปัจจัยด้านการเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

**2.1.3 ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะบริษัทมีขั้นตอนและกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสัญญา และการต่ออายุสัญญาอย่างรวดเร็ว มีตัวแทนคอยช่วยติดตามความคืบหน้า ภายหลังจากยื่นเรื่องเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งเจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีการแจ้งรายละเอียดตามสัญญาตลอดจนคำแนะนำได้อย่างเข้าใจ ถูกต้องและชัดเจน และมีตัวแทนติดต่อโรงพยาบาลให้ความสะดวกที่โรงพยาบาลในขณะรักษาตัว นอกจากนี้ยังมีขั้นตอน และกระบวนการในการเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาอย่างชัดเจน และใช้เวลารวดเร็วในการติดต่อขอรับเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติวรรณ หาจันดา และศุภสัณห์ ปรีดาวภาติ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ มีความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ คือ ด้านพนักงานบริการและด้านการบริการ เช่น พนักงานมีความรับผิดชอบรวมถึงรักษาประโยชน์ ให้ลูกค้าและมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ เชื่อถือได้และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไม่ยุ่งยากและรวดเร็ว เป็นต้น

**2.1.4 ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันที่ กรณีมีปัญหา และเจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้คำปรึกษาข้อสงสัยเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงเจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีความใส่ใจในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง และสามารถโทรสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center ใช้เวลาไม่นาน และได้ข้อมูลรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติวรรณ หาจันดา และศุภสัณห์ ปรีดาวภาติ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า บริษัทมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ประโยชน์ ให้ลูกค้าและมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ เชื่อถือได้ และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไม่ยุ่งยาก และรวดเร็ว



**2.1.5 ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพมีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ จากตัวแทน โดยมีการแจกแจงรายละเอียด และเงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพที่ชัดเจนและสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้อง และมีตารางสำเร็จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องในเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งพนักงานขายหรือตัวแทนให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ และมีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ ไชยโนฤทธิ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทนอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

**2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านเงื่อนไขตามสัญญา ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และด้านการให้บริการ ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านการต่ออายุสัญญา สามารถจำแนกอภิปรายผลออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

**2.2.1 ด้านเงื่อนไขตามสัญญา** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะเงื่อนไขทั่วไปในการความคุ้มครอง ข้อกำหนดและข้อยกเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจน เช่น เงื่อนไขการให้บริการของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยในที่จะเข้ารับบริการในโรงพยาบาลสามารถชำระค่าบริการ ค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษา ทางกายภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภานาคกิติกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ในการตัดสินใจซื้อประกัน คือ เงื่อนไขในการคุ้มครองผลตอบแทน ความมั่นคงของบริษัทประกัน และความสะดวกในการเคลมประกัน

**2.2.2 ด้านการให้บริการ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะพนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญาอย่างเพียงพอ และมีการให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญาล่าช้า ไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบทางไลน์ และตอบทางโทรศัพท์ล่าช้า เป็นต้น โดยมีช่องทาง การแจ้งเตือนและติดตามการจ่ายเบี้ยประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ พงศ์วิสิทธิ์ แก้วชัยและ วิติมา โห้ถ้อย (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการให้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า พบว่าบุคลากรอยู่ ส่วนค่าเฉลี่ยด้านความสะดวกในการรับบริการและด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับมาก

**2.2.3 ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะบริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐานที่ผู้ประกันนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิดความจริง และบริษัทมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตามเงื่อนไขของสัญญา ส่วนข้อที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ การจ่ายค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติวรรณ หาจันดา และศุภสัณห์ ปรีดาวภาติ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัยจำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ คือ ด้านพนักงานบริการและด้านการบริการ เช่น พนักงานมีความรับผิดชอบรวมถึงรักษาประโยชน์ ให้ลูกค้า และมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ เชื่อถือได้และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไม่ยุ่งยากและรวดเร็ว เป็นต้น

**2.2.4 ด้านการต่ออายุสัญญา** โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่ามีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งด้านการต่ออายุสัญญาปรับและไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ เพราะมีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความเสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท อีกทั้งการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงินความคุ้มครอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงศักดิ์ ชมบุญ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

**2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

**2.3.1 ด้านเพศ** ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกันเพราะผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐิยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า เพศ ที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของ

ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**2.3.2 ด้านอายุ** ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ เพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริศักดิ์ บุญรักษา (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ 31-40 ปี มีผลต่อคุณภาพบริการ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัยส่งผลต่อความพึงพอใจและความเชื่อถือไว้วางใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ซ้ำ

**2.3.3 ด้านระดับการศึกษา** ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันในด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ เพราะระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ส่วนระดับการศึกษาระดับปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารณี ทองเจริญสุขชัย (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ : กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่าระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของอายุนั้น ซึ่งให้เห็นชัดว่า ความแตกต่างในช่วงวัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ อาจจะเนื่องมาจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการปรับตัวของสภาพแวดล้อมทางสังคมที่อาจจะลดช่องว่างของความแตกต่างทางความคิดเกี่ยวกับการซื้อประกันสุขภาพได้

**2.3.4 ด้านอาชีพ** ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่ที่มีอาชีพ จะมีความต้องการ การรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากในทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีญา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าอาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่แตกต่างกัน

**2.3.5 ด้านสถานภาพ** ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไปทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ที่มีสถานภาพ จะมีความต้องการ การรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากในทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงศักดิ์ ชมนบุญ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานภาพการสมรส ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ไม่ต่างกัน ทางด้านความคุ้มครอง ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

**2.3.6 ด้านรายได้ต่อเดือน** ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกัน ในด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ เพราะรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่าง ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

**2.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

เมื่อจำแนกตามแต่ละด้านของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

**2.4.1 ด้านเพศ** ที่ต่างกัน มีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกันเพราะผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริศักดิ์ บุญรักษา (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศหญิงส่งผลด้านคุณภาพบริการ

และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัยส่งผลต่อความพึงพอใจและความเชื่อถือว่าไว้วางใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ซ้ำ

**2.4.2 ด้านอายุ** แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน เพราะผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างมีความพึงพอใจของผู้ให้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศวิสิษฐ์ แก้วชัยและ จูติมา ให้อายอง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการให้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าระดับความพึงพอใจแตกต่างกันตามเพศ อายุ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา และรายได้

**2.4.3 ด้านระดับการศึกษา** แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกันในด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ส่วนระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา และระดับการศึกษาปริญญาเอก มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและปริญญาโท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงศักดิ์ ชมบุญ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานครพบว่าระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ไม่ต่างกัน

**2.4.4 ด้านอาชีพ** แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกันในด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณ ส่วนอาชีพลูกจ้าง มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และเกษียณ และอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้คุณภาพบริการ น้อยกว่าผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กษิณา ปัญญา (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การแบ่งกลุ่มตัวแทนประกันด้านความพึงพอใจ จากการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์และบริการ Call Center บริษัท ไทยประกันสุขภาพ จำกัด (มหาชน) พบว่า อาชีพ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านรูปลักษณะของการบริการที่เน้นการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ และการใช้ Call Center



**2.4.5 ด้านสถานภาพสมรส** แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกัน เพราะผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริศักดิ์ บุญรักษา (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของผู้บริ โภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานภาพโสด มีระดับคุณภาพบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความเชื่อถือไว้วางใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ซ้ำ

**2.4.6 ด้านรายได้ต่อเดือน** แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันในด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน และ 20,000-30,000 บาท/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึงระดับ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผลที่ได้จากวิจัยนี้ จะเป็นพื้นฐานในการปรับปรุง และพัฒนาบริการของบริษัท และเป็นแนวทางในการวางแผนการ ดำเนินงาน เช่น การวางแผนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ การวางแผนสนับสนุนการ ขายหรือพัฒนาช่องทางการจำหน่าย อีกทั้งพัฒนานวัตกรรมบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการ ของผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งผลักดันเป็นนโยบายการส่งเสริมการประกันสุขภาพ เป็นต้น โดยแต่ละ หน่วยงาน อาทิ เช่น ภาครัฐกิจประกันภัยไม่ว่าจะเป็นบริษัทประกันภัย คนกลางประกันภัย และ หน่วยงานกำกับดูแล รวมภาครัฐ ควรจะร่วมมือในพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับ



ความต้องการของผู้บริโภค และดูแลคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคให้ได้รับการคุ้มครองจากการทำประกันภัยอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นธรรม ตลอดจนการส่งเสริมการประกันสุขภาพต่อไปโดยข้อเสนอแนะ จำแนกเป็นรายด้านในแต่ละกลุ่มไว้ดังนี้

### 3.1.1 ภาครัฐกิจประกันภัย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการประกันภัยของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ น้อยที่สุด ดังนั้นควรมีการเสนอผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพที่มีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ และแจกแจงรายละเอียดและเงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพที่ชัดเจน เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้ใช้บริการ และมีตารางสำเร้จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องในเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้ผู้ให้บริการสามารถตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพได้อย่างรวดเร็ว และมีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรมีการให้บริการที่มีความเหมาะสม เหมาะกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ โดยควรสร้างด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ให้กับกลุ่มที่มีอายุที่ต่างกัน เพราะอายุที่ต่างทำให้เกิดการรับรู้คุณภาพบริการการรับรู้คุณภาพบริการที่ต่างกันออกไป รวมถึงระดับการศึกษาด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ อาชีพที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในทุกด้าน และสถานภาพในทุกด้าน และ รายได้ต่อเดือน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของการใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ ดังนั้นการสร้างการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) จึงควรทำในรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับลักษณะของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า เพศ อายุ และสถานภาพสมรส และที่ต่างกันมีความเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกันเพราะผู้ให้บริการที่มีเพศต่างมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่ระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมถึงอาชีพมีความคิดเห็นในเรื่องด้านเงื่อนไขตามสัญญา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในด้านเงื่อนไขตามสัญญา เพราะปัญหาด้านเงื่อนไขตามสัญญา เกี่ยวกับเงื่อนไขความคุ้มครอง ข้อกำหนดและข้อยกเว้นไม่ชัดเจนและคลุมเครือทำให้ต้องมีการตีความ เพื่อลดข้อโต้แย้งกับผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาศักยภาพของพนักงานบริษัทให้มีความเข้าใจและมีความซื่อสัตย์ ในการอธิบาย และ

แจ้งสาระสำคัญให้กับผู้บริโภคทราบอย่างถูกต้องและครบถ้วน ดังนั้นควรปรับปรุงเงื่อนไขต่าง ๆ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หากต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ภาคธุรกิจประกันภัย ควรปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

### 3.1.2 หน่วยงานกำกับ

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการและระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ พร้อมทั้งพัฒนาบริการ ควรเน้นให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพที่จะรองรับทุกช่วงวัย อีกทั้งประเด็นระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นข้อพิพาท ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้เอาประกันภัยและบริษัทประกันภัย ควรกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องให้เกิดเป็นรูปธรรม เพื่อดูแลคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคต่อไป และนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางส่งเสริมการทำประกันสุขภาพให้กับประชาชน

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการศึกษาโดยเพิ่มพื้นที่ทำการศึกษา และเพิ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อสามารถที่จะวิเคราะห์ผลการวิจัยและนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ กับผู้ให้บริการประกันสุขภาพ เพิ่มเติม

**3.2.1 ด้านประชากรศาสตร์** ในการศึกษาครั้งต่อไปที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้ให้บริการประกันสุขภาพของบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) อาจทำโดยเพิ่มพื้นที่ที่ทำการศึกษาโดยเลือกจากพื้นที่หรือเขตที่มีสัดส่วนประชากรทำประกันสุขภาพที่มีปริมาณสูง เช่น จังหวัดใหญ่ ๆ ของแต่ละภาค หรือเลือกพื้นที่ให้ครอบคลุมในแต่ละภาคและทั่วประเทศ

**3.2.2 ด้านตัวแปร** ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษา ตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษานี้ เช่น ความสัมพันธ์ของครอบครัว สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว การดูแลเอาใจใส่ของสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

**3.2.3 ด้านวิธีการวิจัย** เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอาจศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาในมุมมองที่มีความแตกต่างและเพื่อเปรียบเทียบกับ การวิจัยในครั้งนี้ เช่น การสัมภาษณ์หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมจะทำให้ผู้วิจัยในครั้งถัดไปได้ทราบถึงคุณภาพบริการ และปัญหาของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ หรือเป็นการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณควบคู่กับเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยทั้งในเชิงภาพกว้าง และเชิงลึก

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรม คุณภาพการบริการส่วนผสม การตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการ โรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). เบียดเบียนชีวิตปี 2563: หดตัวลงลึกต่อเนื่องจากปีก่อน ธุรกิจประกันเร่งปรับตัว ลดทุนประกันแผนหลัก เพิ่มทุนประกันสุขภาพ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/899918>.
- กษิณา ปัญญา. (2557). การแบ่งกลุ่มตัวแทนประกันด้านความพึงพอใจ จากการใช้บริการหน้า เคา์เตอร์ และ บริการ Call Center บริษัท ไทยประกันสุขภาพ จำกัด (มหาชน) (รายงานการค้นคว้าอิสระปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- จิตตินนท์ เศษะคุปต์. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช.
- จิตตินันท์ นันทโพธิ์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิราภรณ์ ไชยโนฤทธิ. (2557). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยคุณภาพ ด้านการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับ บริษัทมิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตัวแทน อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ชนะกานต์ แพน้อย. (2562). “ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์”. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ, 6(1), 24-47.
- ฐิติวรรณ หาจันดา และศุภสัณฑ์ ปริดาวภาติ. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อประกันสุขภาพ กรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน). (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.

- ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ทรงศักดิ์ ชมบุญ. (2563). *ความพึงพอใจในการเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของประชากร ในกรุงเทพมหานคร* (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2559). *กฎหมายเบื้องต้นทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิพย์สุภา สุวรรณอุทาน. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร* (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- รัชพล ไชบัวเทศ. (2556). *ความพึงพอใจในคุณภาพบริการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ธัญนันท์ บุญอยู่ และสมฤดี ไกรลพ เฟนวิด. (2562). “อิทธิพลความพึงพอใจในฐานะตัวแปร คั่นกลางที่เชื่อมโยงคุณภาพการให้บริการสู่การจงรักภักดีการ เลือกใช้บริการประกัน ชีวิตของลูกค้าบริษัทเอไอเอ”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เอเชียอาคเนย์*, 3(2), 91-107.
- นัฏฐภัค ผลาจิต. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทาง ธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี* (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- นัฐกานต์ เกรือชัยแก้ว. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย ภายในสำนักงานเขตปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- ปยุต ภัทรางษร. (2556). *ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการปัจจัยการตัดสินใจของผู้บริโภคและความภักดีต่อการบริการของอุตสาหกรรมหลักทรัพย์ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2563). *สรุปทุกมาตรการรัฐบาล “แจกเงิน-ชดเชย” สู้โควิด หลังไทย ติดเชื้อ 3 เดือน*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/general/news-439096>.

- พงศาวลีชัย แก้วชัยและ จูติมา โห้ถ้อย. (2560). ความพึงพอใจต่อการให้บริการโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า. *วารสารราชชนครินทร์*, 14(31), 73-79.
- พิเชฐ เจริญนิทวิสิน. (2562). *คำรักษาพยาบาลโรคร้ายแรง*. สืบค้นจาก <https://www.oic.or.th/sites/default/files/institute/course.pdf>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2543). *ความรู้เบื้องต้นการให้บริการ (หน่วยที่ 1, น.14-16)*. สืบค้นจาก <https://www.Spvc.ac.th/news/Chapter1-Service.pdf>
- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. (2561). *สรุปผลการดำเนินงานมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2560*. สืบค้นจาก <https://www.consumerthai.org/file.pdf>
- วันนัชท์ วงศ์วิรัชจิต. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้อัพเกรด). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2552). ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ. *วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต*, 14(83), 40-43.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). *การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- ศิริศักดิ์ บุญรักษา. (2564). *คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้อัพเกรด), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ศุภรดา เผือกงาม. (2560). *ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่สนใจและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันรถยนต์ผ่านบริษัทประกันภัยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้อัพเกรด), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2564). *สถิติประกันภัยรายปี 2561-2563*. สืบค้นจาก [https://www.tlaa.org/page\\_statistics.php?cid=35](https://www.tlaa.org/page_statistics.php?cid=35).
- สมิต สัจฉกร. (2556). *ศิลปะการให้บริการ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร: สายธาร.



สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2560, 22 กันยายน).

การประกันสุขภาพคืออะไร. สืบค้นจาก <http://www.oic.or.th/th/consumer/Healthins>.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2560, 11 ตุลาคม).

ข้อมูลสถิติประกันภัย. สืบค้นจาก <http://www.oic.or.th/th/industry/statistic>

สุทิสาน นนทพันธ์. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันของผู้บริโภคต่อบริษัท เอ ไอเอ จำกัด ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

สุพิชฌาย์ แก้วเรืองฤทธิ์. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการซื้อประกันชีวิตบริษัท เอ. ไอ.เอ. จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์), มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, นครศรีธรรมราช.

สุภาพ นาคกิติภู. (2550). *การประกันชีวิตและสุขภาพ*. กรุงเทพมหานคร: โกลบอล กราฟฟิค.

เสาวคนธ์ รัตนวิจิตรศิลป์. (2545). *การปฏิรูประบบสุขภาพ: ประสบการณ์จาก 10 ประเทศ*.

นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.

ออรณี ทองเจริญสุขชัย. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ: กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุกลุ่มผู้ซื้อ* (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

Crosby. (1998). *Quality is Free*. New York: McGraw-Hill.

Good, Carter. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw Hill.

Gronroos, C. (1990). *Service management and Marketing*. Lesington, MA: Lexington Book.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. New Jersey: Prentic – Hall.

Leon G. (1978). *Role of IgG4 subclass in childhood allergy*. The Lancet, 311(8070), 910-911.

Lovelock and Jochen. (2011). *Service Marketing People, Technology, Strategy (7th ed.)*.

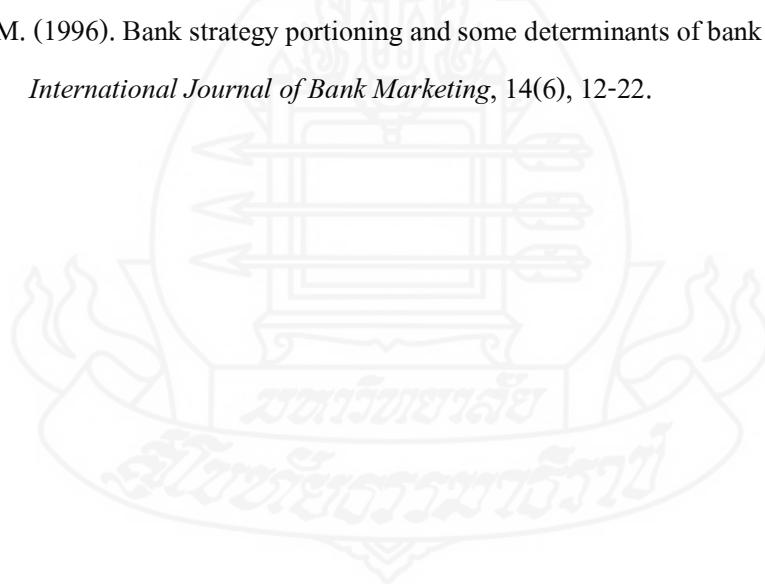
New Jersey: Pearson Education Inc.

Maslow, A. H. (1970). "New introduction: Religions, values, and peak-experiences". *Journal of Transpersonal Psychology*, 2(2), 83-90.

Millet. (1954). *Management in the Public Service: The quest for effective performance*.

New York: McGraw-Hill Book.

- Rust, R. T., & Oliver, R. W. (1994). "The death of advertising". *Journal of Advertising*, 23(4), 71-77.
- Shelli, D.F. (1995). *Tackling family member compensation*. American Printer, 215, 2.
- Vroom, Victor H. (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wiley. and Sons.
- Wisher and Corney. (2001). Comparing practices for capturing bank customer feedback – Internet versus traditional banking. *Benchmarking: An International Journal*, 8(3), 240-250.
- Yoder, J. H. (1985). *The priestly kingdom: Social ethics as gospel*. University of Notre Dame Press.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52(2), 35-48.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Search Press.
- Zineldin, M. (1996). Bank strategy portioning and some determinants of bank selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14(6), 12-22.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



**แบบสอบถาม**

**การรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ  
ต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**วัตถุประสงค์**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา และเพื่อเป็นส่วนประกอบในการศึกษาค้นคว้าอิสระ ระดับปริญญาโทของนักศึกษาตามหลักสูตร การศึกษาค้นคว้าอิสระ 32717 แผนกวิชาการจัดการธุรกิจและบริการ สาขาวิทยาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**\*\*\* การแสดงความคิดเห็นในครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่านทุกกรณี \*\*\***  
ข้อมูล และความคิดเห็นของท่าน จะถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

**แบบสอบถามประกอบด้วย**

- ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Questions)

โปรดทำเครื่องหมาย P ลงในช่อง q ที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. ท่านเคยมีประสบการณ์การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพกับบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2560-2563 หรือไม่

q เคย q ไม่เคย (หากท่านตอบว่า “ไม่เคย” ท่านไม่ต้องทำแบบสอบถามชุดนี้ต่อ)

2. ในปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด

q กรุงเทพมหานคร

q ปทุมธานี

q นนทบุรี

q สมุทรปราการ

q อื่นๆ (หากท่านตอบว่า “จังหวัดอื่น ๆ” ท่านไม่ต้องทำแบบสอบถามชุดนี้ต่อ)

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย P ลงในช่อง q หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. เพศ                      q ชาย                      q หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. ระดับการศึกษา

q ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

q มัธยมศึกษาตอนต้น

q มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา

q ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

q ปริญญาโท

q ปริญญาเอก

4. อาชีพ

q ธุรกิจส่วนตัว

q เกษตรกร

q รับจ้าง

q ว่างาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

q เกษียณ

q นักเรียน/นักศึกษา

q ลูกจ้าง

q อื่นๆ (พนักงานบริษัท ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ)



## 5. สถานภาพสมรส

q โสด

q สมรส

q หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

## 6. รายได้ต่อเดือน

q ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน

q 20,000-30,000 บาท/เดือน

q 30,001-40,000 บาท/เดือน

q มากกว่า 40,000 บาท/เดือน



**ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย Plng ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด

โดยมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ คือ 5 = รับรู้มากที่สุด 4 = รับรู้มาก 3 = รับรู้ปานกลาง 2 = รับรู้น้อย และ 1 = รับรู้น้อยที่สุด

คุณภาพบริการด้านที่เกี่ยวข้อง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>1. ด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท</b>					
1.1 เมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย บรรยากาศที่ดี และตกแต่งอย่างภูมิฐาน สวยงามและทันสมัย					
1.2 เมื่อเข้าใช้บริการในสำนักงาน/สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น น้ำดื่ม โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพอ เป็นต้น					
1.3 สำนักงานใหญ่/สาขา มีการใช้เทคโนโลยี ที่ทันสมัยในการตรวจสอบรายชื่อที่รวดเร็ว					
1.4 มีการจัดตั้งสาขาของบริษัทกระจายในทุกพื้นที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ					
1.5 มีช่องทางในการชำระเบี้ยประกันภัยที่มีความหลากหลาย ได้แก่ Internet Banking, 7/11 และห้างสะดวกซื้อ เป็นต้น					

คุณภาพบริการด้านที่เกี่ยวข้อง	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>2. ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท</b>					
2.1 บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลและมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่ผู้ใช้บริการให้ทราบก่อนเซ็นสัญญา					
2.2 บริษัทมีประวัติความเป็นมาและผลงานที่ผ่านมาที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ					
2.3 บริษัทมีนโยบายในการบริหารและการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการบริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ					
2.4 บริษัทมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ					
2.5 บริษัทมีการพัฒนาบริการโดยใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็วมาช่วยในการให้บริการลูกค้า					
<b>3. ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ</b>					
3.1 เจ้าหน้าที่ตัวแทน มีการแจ้งรายละเอียดตามสัญญา ตลอดจนคำแนะนำได้อย่างเข้าใจ ถูกต้องและชัดเจน					
3.2 มีขั้นตอนและกระบวนการในการเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาอย่างชัดเจน และใช้เวลารวดเร็วในการติดต่อขอรับเงิน					
3.3 มีขั้นตอนและกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสัญญา และการต่ออายุสัญญาอย่างรวดเร็ว					
3.4 มีตัวแทนติดต่อโรงพยาบาลให้ความสะดวกที่โรงพยาบาลในขณะรักษาตัว					
3.5 มีตัวแทนคอยช่วยติดตามความคืบหน้า ภายหลังจากยื่นเรื่องเรียกร้องผลประโยชน์ตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้					

4. ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ					
4.1	เจ้าหน้าที่/ตัวแทน สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที กรณีมีปัญหา				
4.2	เจ้าหน้าที่/ตัวแทน ให้คำปรึกษาข้อสงสัยเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาได้อย่างรวดเร็ว				
4.3	เจ้าหน้าที่/ตัวแทน มีความใส่ใจในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง				
4.4	สามารถโทรสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center ใช้เวลาไม่นาน และได้ข้อมูลรวดเร็ว				
5. ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ					
5.1	สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ มีความสะดวก และง่ายต่อการซื้อ จากตัวแทน				
5.2	มีการแจกแจงรายละเอียดและเงื่อนไขของการทำประกันสุขภาพที่ชัดเจนและสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง				
5.3	มีตารางสำเร็จรูปซึ่งใช้คำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องในเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพได้อย่างรวดเร็ว				
5.4	พนักงานขายหรือตัวแทน ให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ				
5.5	มีการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อใกล้ครบกำหนดชำระเบี้ยประกันภัยอย่างสม่ำเสมอ				

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)**  
**ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย P ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยมิระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ 5 = มีความพึงพอใจ มากที่สุด 4 = มีความพึงพอใจ มาก 3 = มีความพึงพอใจ ปานกลาง 2 = มีความพึงพอใจ น้อย และ 1 = มีความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>1. ด้านเงื่อนไขตามสัญญา</b>					
1.1 เงื่อนไขทั่วไปในการควบคุมครอง ข้อกำหนด และข้อยกเว้นในสัญญา ระบุไว้ชัดเจนและไม่คลุมเครือ					
1.2 เงื่อนไขการให้บริการ ของผู้ป่วยนอก และผู้ป่วย ในที่จะเข้าใช้บริการ ในโรงพยาบาล มีจำกัด					
1.3 เงื่อนไขค่าบริการ ค่าตรวจวินิจฉัย ค่าที่ปรึกษา ทางการแพทย์มีข้อจำกัดในการให้บริการ					
<b>2. ด้านการให้บริการ</b>					
2.1 การให้บริการหลังจากทำประกันการเกิดสัญญา ค่าซ้ำ ไม่เหมือนก่อนทำสัญญา ได้แก่ การตอบ ทางไลน์ และตอบทางโทรศัพท์ค่าซ้ำ เป็นต้น					
2.2 พนักงาน Call Center มีความรู้เกี่ยวกับสัญญา อย่างเพียงพอ					
2.3 มีช่องทาง การแจ้งเตือนและติดตามการจ่ายเบี้ย ประกันภัยในปีต่ออายุสัญญา					
<b>3. ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน</b>					
3.1 การจ่ายค่าสินไหมทดแทนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ ทางบริษัทกำหนด					
3.2 บริษัทมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนครบถ้วนตาม เงื่อนไขของสัญญา					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
3.3 บริษัทจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามหลักฐาน ที่ผู้เอาประกันภัยนำมาอย่างครบถ้วนไม่ปกปิด ความจริง					
<b>4. ด้านการต่ออายุสัญญา</b>					
4.1 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่า มีการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง ด้านการต่ออายุสัญญาปรับ					
4.2 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่า มีการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้บริษัทประเมินความ เสี่ยงผิดพลาด เมื่อเกิดคดีฟ้องร้องกับบริษัท					
4.3 ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ บริษัทอ้างว่า มีการเบิกค่าสินไหมทดแทนเต็มวงเงิน ความคุ้มครอง ตามสัญญา					







ภาคผนวก ข  
การประมวลผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

Frequencies

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เคย	348	100.0	100.0	100.0

อาศัยอยู่จังหวัด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid กรุงเทพมหานคร	81	23.3	23.3	23.3
ปทุมธานี	97	27.9	27.9	51.1
นนทบุรี	93	26.7	26.7	77.9
สมุทรปราการ	77	22.1	22.1	100.0
Total	348	100.0	100.0	

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	151	43.4	43.4	43.4
หญิง	197	56.6	56.6	100.0
Total	348	100.0	100.0	

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	13.2	13.2	13.2
26-35 ปี	106	30.5	30.5	43.7
36-45 ปี	114	32.8	32.8	76.4
46-55 ปี	63	18.1	18.1	94.5
56 ปีขึ้นไป	19	5.5	5.5	100.0
Total	348	100.0	100.0	

## ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.4	1.4	1.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	5.3	5.2	6.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	20	5.7	5.7	12.4
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	50.6	50.6	62.9
ปริญญาโท	123	35.3	35.3	98.3
ปริญญาเอก	6	1.7	1.7	100.0
Total	348	100.0	100.0	

## อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ธุรกิจส่วนตัว	113	32.5	32.5	32.5
เกษตรกร	8	2.3	2.3	34.8
รับจ้าง	43	12.4	12.4	47.1
ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	2.0	2.0	49.1
เกษียณ	8	2.3	2.3	51.4
นักเรียน/นักศึกษา	4	1.1	1.1	52.6
ลูกจ้าง	92	26.4	26.4	79.0
อื่นๆ	73	21.0	21.0	100.0
Total	348	100.0	100.0	

## สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	170	48.9	48.9	48.9
สมรส	164	47.1	47.1	96.0
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	14	4.0	4.0	100.0
Total	348	100.0	100.0	

## รายได้ต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	22.4	22.4	22.4
20,000-30,000 บาท/เดือน	78	22.4	22.4	44.8
30,001-40,000 บาท/เดือน	51	14.7	14.7	59.5
มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	40.5	40.5	100.0
Total	348	100.0	100.0	

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## ด้านทางกายภาพของบริษัท

	N	Mean	Std. Deviation
a1	348	3.9856	.70185
a2	348	3.9856	.74177
a3	348	3.8420	.70467
a4	348	3.4511	.91445
a5	348	3.7816	.87456
Valid N (listwise)	348		

**ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท**

	N	Mean	Std. Deviation
b1	348	3.8218	.82636
b2	348	3.7672	.84905
b3	348	3.7759	.73315
b4	348	3.5833	1.09041
b5	348	3.4943	.77606
Valid N (listwise)	348		

**ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ**

	N	Mean	Std. Deviation
c1	348	3.7989	.72406
c2	348	3.6466	.96856
c3	348	3.8879	.76038
c4	348	3.7529	.69735
c5	348	3.8075	.67500
Valid N (listwise)	348		

**ด้านความรวดเร็วจากการให้บริการ**

	N	Mean	Std. Deviation
d1	348	3.8075	.82835
d2	348	3.8103	.79168
d3	348	3.7902	.79568
d4	348	3.7356	.84485
Valid N (listwise)	348		

## ด้านความเอาใจใส่จากการให้บริการ

	N	Mean	Std. Deviation
e1	348	3.7184	.75233
e2	348	3.6552	.91831
e3	348	3.6580	.80400
e4	348	3.5690	.81652
e5	348	3.5690	.84769
Valid N (listwise)	348		

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัญหาของผู้ใช้บริการประกันสุขภาพต่อบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## ด้านเงื่อนไขตามสัญญา

	N	Mean	Std. Deviation
f1	348	3.7500	.74240
f2	348	3.7385	.85759
f3	348	3.6868	.83314
Valid N (listwise)	348		

## ด้านการให้บริการ

	N	Mean	Std. Deviation
g1	348	3.6149	.67989
g2	348	3.7787	.68319
g3	348	3.5948	.84518
Valid N (listwise)	348		



ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน

	N	Mean	Std. Deviation
h1	348	3.5948	.87861
h2	348	3.7644	.77176
h3	348	3.7874	.88253
Valid N (listwise)	348		

ด้านการต่ออายุสัญญา

	N	Mean	Std. Deviation
i1	348	3.6925	.86910
i2	348	3.6092	.83312
i3	348	3.5948	.87861
Valid N (listwise)	348		

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสมมติฐาน 2 ข้อ

สมมติฐานที่ 1

T-Test

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ด้านลักษณะ	ชาย	151	3.8305	.64735	.05268
	หญิง	197	3.7929	.58567	.04173
ด้านความน่าเชื่อถือ	ชาย	151	3.6768	.70536	.05740
	หญิง	197	3.6975	.72128	.05139
ด้านความเชื่อมั่น	ชาย	151	3.7166	.64719	.05267
	หญิง	197	3.8264	.70401	.05016
ด้านความรวดเร็ว	ชาย	151	3.7268	.62473	.05084
	หญิง	197	3.8312	.77575	.05527
ด้านความเอาใจใส่	ชาย	151	3.5470	.70643	.05749
	หญิง	197	3.7005	.73140	.05211

## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% onfidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ด้าน ลักษณะ	Equal variances assumed	3.773	.053	.566	346	.571	.03757	.06632	-.09287	.16801
	Equal variances not assumed			.559	305.293	.577	.03757	.06720	-.09467	.16981
ด้านความ น่าเชื่อถือ	Equal variances assumed	.072	.788	-.267	346	.790	-.02064	.07727	-.17262	.13134
	Equal variances not assumed			-.268	326.361	.789	-.02064	.07704	-.17221	.13092
ด้านความ เชื่อมั่น	Equal variances assumed	.808	.369	-1.494	346	.136	-.10984	.07354	-.25449	.03481
	Equal variances not assumed			-1.510	334.746	.132	-.10984	.07273	-.25291	.03323
ด้านความ รวดเร็ว	Equal variances assumed	9.577	.002	-1.351	346	.177	-.10440	.07725	-.25633	.04754
	Equal variances not assumed			-1.390	345.136	.165	-.10440	.07510	-.25210	.04331

ด้านความ	Equal									
เอาใจใส่	variances	1.042	.308	-1.969	346	.050	-.15349	.07795	-.30680	-.00017
	assumed									
	Equal									
	variances not			-1.978	328.195	.049	-.15349	.07759	-.30613	-.00085
	assumed									

ONEWAY ด้านลักษณะ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความรวดเร็ว ด้านความเอาใจใส่ BY อายุ

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

### Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านลักษณะ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.8696	.54360	.08015	3.7081	4.0310	2.80	5.00
	26-35 ปี	106	3.7358	.62001	.06022	3.6164	3.8553	2.80	5.00
	36-45 ปี	114	3.8456	.63192	.05918	3.7284	3.9629	2.80	5.00
	46-55 ปี	63	3.8349	.60805	.07661	3.6818	3.9881	2.80	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.7684	.64726	.14849	3.4565	4.0804	2.80	4.80
	Total	348	3.8092	.61257	.03284	3.7446	3.8738	2.80	5.00
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.8739	.70724	.10428	3.6639	4.0839	2.40	5.00
	26-35 ปี	106	3.6000	.69172	.06719	3.4668	3.7332	2.40	5.00
	36-45 ปี	114	3.6965	.75784	.07098	3.5559	3.8371	2.40	5.00
	46-55 ปี	63	3.6921	.67089	.08452	3.5231	3.8610	2.40	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.6737	.69350	.15910	3.3394	4.0079	2.60	4.80
	Total	348	3.6885	.71346	.03825	3.6133	3.7637	2.40	5.00

ด้านความ เชื่อมั่น	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	46	4.0174	.64886	.09567	3.8247	4.2101	2.60	5.00
	26-35 ปี	106	3.6358	.66693	.06478	3.5074	3.7643	2.60	5.00
	36-45 ปี	114	3.8053	.71567	.06703	3.6725	3.9381	2.60	5.00
	46-55 ปี	63	3.8159	.62041	.07816	3.6596	3.9721	2.80	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.7158	.69062	.15844	3.3829	4.0487	2.80	5.00
	Total	348	3.7787	.68116	.03651	3.7069	3.8506	2.60	5.00
ด้านความ รวดเร็ว	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	46	3.9457	.57954	.08545	3.7735	4.1178	2.75	5.00
	26-35 ปี	106	3.7453	.66367	.06446	3.6175	3.8731	2.00	5.00
	36-45 ปี	114	3.7741	.77572	.07265	3.6302	3.9181	2.00	5.00
	46-55 ปี	63	3.7817	.75200	.09474	3.5924	3.9711	2.00	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.7105	.80045	.18364	3.3247	4.0963	2.00	4.75
	Total	348	3.7859	.71506	.03833	3.7105	3.8613	2.00	5.00
ด้านความเอา ใจใส่	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	46	3.7391	.75762	.11171	3.5141	3.9641	2.00	5.00
	26-35 ปี	106	3.5887	.68276	.06632	3.4572	3.7202	2.00	5.00
	36-45 ปี	114	3.5965	.75772	.07097	3.4559	3.7371	2.00	5.00
	46-55 ปี	63	3.6730	.72938	.09189	3.4893	3.8567	2.00	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.7263	.66403	.15234	3.4063	4.0464	2.80	5.00
	Total	348	3.6339	.72366	.03879	3.5576	3.7102	2.00	5.00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะ	Between Groups	.962	4	.241	.638	.635
	Within Groups	129.248	343	.377		
	Total	130.211	347			
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	2.424	4	.606	1.193	.314
	Within Groups	174.210	343	.508		
	Total	176.634	347			
ด้านความเชื่อมั่น	Between Groups	5.027	4	1.257	2.763	.028
	Within Groups	155.976	343	.455		
	Total	161.003	347			
ด้านความรวดเร็ว	Between Groups	1.474	4	.368	.718	.580
	Within Groups	175.952	343	.513		
	Total	177.426	347			
ด้านความเอาใจใส่	Between Groups	1.144	4	.286	.543	.704
	Within Groups	180.576	343	.526		
	Total	181.720	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านลักษณะ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.13372	.10838	.218	-.0795	.3469
		36-45 ปี	.02395	.10722	.823	-.1869	.2349
		46-55 ปี	.03464	.11905	.771	-.1995	.2688
		56 ปีขึ้นไป	.10114	.16740	.546	-.2281	.4304
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.13372	.10838	.218	-.3469	.0795
		36-45 ปี	-.10976	.08283	.186	-.2727	.0531

		46-55 ปี	-.09907	.09765	.311	-.2911	.0930
		56 ปีขึ้นไป	-.03257	.15293	.831	-.3334	.2682
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.02395	.10722	.823	-.2349	.1869
		26-35 ปี	.10976	.08283	.186	-.0531	.2727
		46-55 ปี	.01069	.09637	.912	-.1789	.2002
		56 ปีขึ้นไป	.07719	.15211	.612	-.2220	.3764
	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.03464	.11905	.771	-.2688	.1995
		26-35 ปี	.09907	.09765	.311	-.0930	.2911
		36-45 ปี	-.01069	.09637	.912	-.2002	.1789
		56 ปีขึ้นไป	.06650	.16067	.679	-.2495	.3825
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.10114	.16740	.546	-.4304	.2281
		26-35 ปี	.03257	.15293	.831	-.2682	.3334
		36-45 ปี	-.07719	.15211	.612	-.3764	.2220
		46-55 ปี	-.06650	.16067	.679	-.3825	.2495
ด้านความ น่าเชื่อถือ	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.27391*	.12583	.030	.0264	.5214
		36-45 ปี	.17742	.12449	.155	-.0674	.4223
		46-55 ปี	.18185	.13821	.189	-.0900	.4537
		56 ปีขึ้นไป	.20023	.19435	.304	-.1820	.5825
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.27391*	.12583	.030	-.5214	-.0264
		36-45 ปี	-.09649	.09616	.316	-.2856	.0926
		46-55 ปี	-.09206	.11337	.417	-.3151	.1309
		56 ปีขึ้นไป	-.07368	.17755	.678	-.4229	.2755
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.17742	.12449	.155	-.4223	.0674
		26-35 ปี	.09649	.09616	.316	-.0926	.2856
		46-55 ปี	.00443	.11188	.968	-.2156	.2245
		56 ปีขึ้นไป	.02281	.17660	.897	-.3245	.3702

	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.18185	.13821	.189	-.4537	.0900
		26-35 ปี	.09206	.11337	.417	-.1309	.3151
		36-45 ปี	-.00443	.11188	.968	-.2245	.2156
		56 ปีขึ้นไป	.01838	.18653	.922	-.3485	.3853
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.20023	.19435	.304	-.5825	.1820
		26-35 ปี	.07368	.17755	.678	-.2755	.4229
		36-45 ปี	-.02281	.17660	.897	-.3702	.3245
		46-55 ปี	-.01838	.18653	.922	-.3853	.3485
ด้านความ เชื่อมั่น	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.38154*	.11906	.001	.1474	.6157
		36-45 ปี	.21213	.11779	.073	-.0196	.4438
		46-55 ปี	.20152	.13078	.124	-.0557	.4588
		56 ปีขึ้นไป	.30160	.18390	.102	-.0601	.6633
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.38154*	.11906	.001	-.6157	-.1474
		36-45 ปี	-.16941	.09099	.063	-.3484	.0096
		46-55 ปี	-.18002	.10728	.094	-.3910	.0310
		56 ปีขึ้นไป	-.07994	.16800	.634	-.4104	.2505
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.21213	.11779	.073	-.4438	.0196
		26-35 ปี	.16941	.09099	.063	-.0096	.3484
		46-55 ปี	-.01061	.10586	.920	-.2188	.1976
		56 ปีขึ้นไป	.08947	.16710	.593	-.2392	.4181
	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.20152	.13078	.124	-.4588	.0557
		26-35 ปี	.18002	.10728	.094	-.0310	.3910
		36-45 ปี	.01061	.10586	.920	-.1976	.2188
		56 ปีขึ้นไป	.10008	.17650	.571	-.2471	.4472
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.30160	.18390	.102	-.6633	.0601
		26-35 ปี	.07994	.16800	.634	-.2505	.4104



		36-45 ปี	-.08947	.16710	.593	-.4181	.2392
		46-55 ปี	-.10008	.17650	.571	-.4472	.2471
ด้านความรวดเร็ว	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.20037	.12646	.114	-.0484	.4491
		36-45 ปี	.17153	.12511	.171	-.0745	.4176
		46-55 ปี	.16391	.13890	.239	-.1093	.4371
		56 ปีขึ้นไป	.23513	.19532	.230	-.1491	.6193
		26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.20037	.12646	.114	-.4491
	26-35 ปี	36-45 ปี	-.02884	.09664	.766	-.2189	.1612
		46-55 ปี	-.03646	.11394	.749	-.2606	.1876
		56 ปีขึ้นไป	.03476	.17843	.846	-.3162	.3857
		36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.17153	.12511	.171	-.4176
	36-45 ปี	26-35 ปี	.02884	.09664	.766	-.1612	.2189
		46-55 ปี	-.00762	.11244	.946	-.2288	.2135
		56 ปีขึ้นไป	.06360	.17748	.720	-.2855	.4127
		46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.16391	.13890	.239	-.4371
	46-55 ปี	26-35 ปี	.03646	.11394	.749	-.1876	.2606
		36-45 ปี	.00762	.11244	.946	-.2135	.2288
		56 ปีขึ้นไป	.07122	.18746	.704	-.2975	.4399
		56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.23513	.19532	.230	-.6193
	56 ปีขึ้นไป	26-35 ปี	-.03476	.17843	.846	-.3857	.3162
		36-45 ปี	-.06360	.17748	.720	-.4127	.2855
		46-55 ปี	-.07122	.18746	.704	-.4399	.2975
ด้านความเอาใจใส่		ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.15045	.12811	.241	-.1015
ด้านความเอาใจใส่	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	36-45 ปี	.14264	.12674	.261	-.1066	.3919
		46-55 ปี	.06611	.14072	.639	-.2107	.3429
		56 ปีขึ้นไป	.01281	.19787	.948	-.3764	.4020
		26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.15045	.12811	.241	-.4024
	26-35 ปี	36-45 ปี	-.00781	.09790	.936	-.2004	.1848
		46-55 ปี	-.08434	.11543	.465	-.3114	.1427

		56 ปีขึ้นไป	-.13764	.18076	.447	-.4932	.2179
36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี		-.14264	.12674	.261	-.3919	.1066
		26-35 ปี	.00781	.09790	.936	-.1848	.2004
		46-55 ปี	-.07652	.11391	.502	-.3006	.1475
		56 ปีขึ้นไป	-.12982	.17980	.471	-.4835	.2238
46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี		-.06611	.14072	.639	-.3429	.2107
		26-35 ปี	.08434	.11543	.465	-.1427	.3114
		36-45 ปี	.07652	.11391	.502	-.1475	.3006
		56 ปีขึ้นไป	-.05330	.18991	.779	-.4268	.3202
56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี		-.01281	.19787	.948	-.4020	.3764
		26-35 ปี	.13764	.18076	.447	-.2179	.4932
		36-45 ปี	.12982	.17980	.471	-.2238	.4835
		46-55 ปี	.05330	.18991	.779	-.3202	.4268

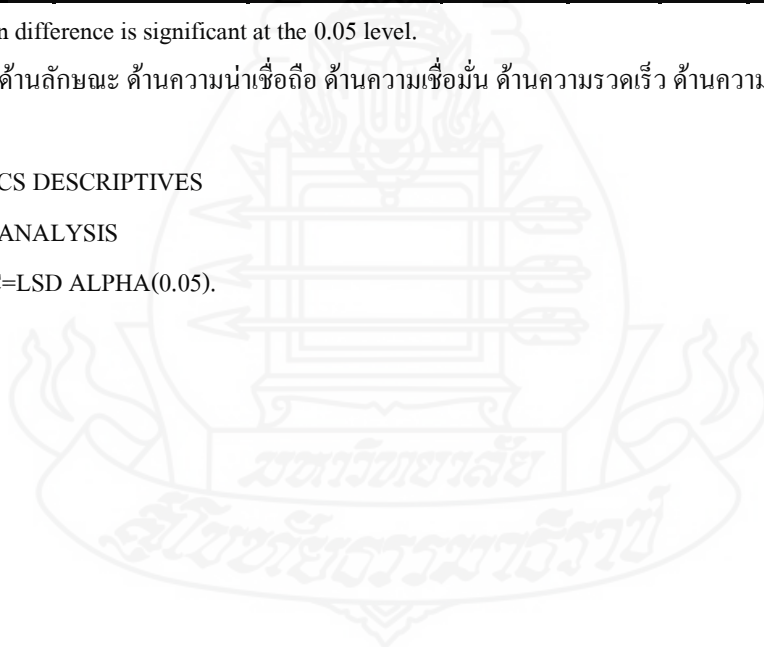
\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ONEWAY ด้านลักษณะ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความรวดเร็ว ด้านความเอาใจใส่ BY ระดับการศึกษา

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).



## Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านลักษณะ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.6400	.57271	.25612	2.9289	4.3511	2.80	4.40
	มัธยมศึกษาตอนต้น	18	3.8111	.63421	.14948	3.4957	4.1265	2.80	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.5200	.64694	.14466	3.2172	3.8228	2.80	5.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	3.7864	.56552	.04263	3.7022	3.8705	2.80	5.00
	ปริญญาโท	123	3.9008	.65656	.05920	3.7836	4.0180	2.80	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.7000	.71274	.29098	2.9520	4.4480	3.20	5.00
	Total	348	3.8092	.61257	.03284	3.7446	3.8738	2.80	5.00
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.5600	.84143	.37630	2.5152	4.6048	2.60	4.80
	มัธยมศึกษาตอนต้น	18	3.6111	.66676	.15716	3.2795	3.9427	2.40	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.3200	.72953	.16313	2.9786	3.6614	2.40	5.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	3.6898	.66685	.05027	3.5906	3.7890	2.40	5.00
	ปริญญาโท	123	3.7707	.76295	.06879	3.6345	3.9069	2.40	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.5333	.82624	.33731	2.6663	4.4004	2.80	5.00
	Total	348	3.6885	.71346	.03825	3.6133	3.7637	2.40	5.00

ด้านความ เชื่อมั่น	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	5	3.8000	.48990	.21909	3.1917	4.4083	3.40	4.60
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	18	3.5889	.68761	.16207	3.2469	3.9308	2.60	5.00
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.3800	.67403	.15072	3.0645	3.6955	2.60	5.00
	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	176	3.8000	.64887	.04891	3.7035	3.8965	2.60	5.00
	ปริญญาโท	123	3.8423	.71712	.06466	3.7143	3.9703	2.60	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.7333	.71181	.29059	2.9863	4.4803	3.20	5.00
	Total	348	3.7787	.68116	.03651	3.7069	3.8506	2.60	5.00
ด้านความ รวดเร็ว	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	5	3.4500	.41079	.18371	2.9399	3.9601	3.00	3.75
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	18	3.7222	.68001	.16028	3.3841	4.0604	2.75	5.00
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.3750	.74118	.16573	3.0281	3.7219	2.00	5.00
	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	176	3.8580	.64008	.04825	3.7627	3.9532	2.00	5.00
	ปริญญาโท	123	3.7744	.80687	.07275	3.6304	3.9184	2.00	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.7500	.68920	.28137	3.0267	4.4733	3.25	5.00
	Total	348	3.7859	.71506	.03833	3.7105	3.8613	2.00	5.00
ด้านความ เอาใจใส่	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	5	3.4800	.30332	.13565	3.1034	3.8566	3.20	4.00
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	18	3.5667	.68342	.16108	3.2268	3.9065	2.60	5.00
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.1400	.76530	.17113	2.7818	3.4982	2.00	5.00
	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	176	3.6693	.68350	.05152	3.5676	3.7710	2.00	5.00

ปริญญาโท	123	3.7057	.72624	.06548	3.5761	3.8353	2.00	5.00
ปริญญาเอก	6	3.1000	1.30690	.53354	1.7285	4.4715	2.00	5.00
Total	348	3.6339	.72366	.03879	3.5576	3.7102	2.00	5.00

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะ	Between Groups	3.012	5	.602	1.619	.154
	Within Groups	127.199	342	.372		
	Total	130.211	347			
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	3.883	5	.777	1.537	.178
	Within Groups	172.751	342	.505		
	Total	176.634	347			
ด้านความเชื่อมั่น	Between Groups	4.419	5	.884	1.931	.089
	Within Groups	156.583	342	.458		
	Total	161.003	347			
ด้านความรวดเร็ว	Between Groups	4.952	5	.990	1.964	.083
	Within Groups	172.474	342	.504		
	Total	177.426	347			
ด้านความเอาใจใส่	Between Groups	7.644	5	1.529	3.003	.011
	Within Groups	174.076	342	.509		
	Total	181.720	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านลักษณะ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.17111	.30830	.579	-.7775	.4353
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.12000	.30493	.694	-.4798	.7198
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.14636	.27658	.597	-.6904	.3977
		ปริญญาโท	-.26081	.27823	.349	-.8081	.2864
		ปริญญาเอก	-.06000	.36929	.871	-.7864	.6664
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.17111	.30830	.579	-.4353	.7775
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.29111	.19814	.143	-.0986	.6808
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.02475	.15092	.870	-.2721	.3216
		ปริญญาโท	-.08970	.15390	.560	-.3924	.2130
		ปริญญาเอก	.11111	.28749	.699	-.4544	.6766
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.12000	.30493	.694	-.7198	.4798
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.29111	.19814	.143	-.6808	.0986
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.26636	.14391	.065	-.5494	.0167
		ปริญญาโท	-.38081*	.14704	.010	-.6700	-.0916
		ปริญญาเอก	-.18000	.28387	.526	-.7384	.3784

	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.14636	.27658	.597	-.3977	.6904
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.02475	.15092	.870	-.3216	.2721
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.26636	.14391	.065	-.0167	.5494
		ปริญญาโท	-.11445	.07167	.111	-.2554	.0265
		ปริญญาเอก	.08636	.25318	.733	-.4116	.5844
	ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.26081	.27823	.349	-.2864	.8081
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.08970	.15390	.560	-.2130	.3924
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.38081*	.14704	.010	.0916	.6700
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.11445	.07167	.111	-.0265	.2554
		ปริญญาเอก	.20081	.25497	.431	-.3007	.7023
	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.06000	.36929	.871	-.6664	.7864
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.11111	.28749	.699	-.6766	.4544
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.18000	.28387	.526	-.3784	.7384
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.08636	.25318	.733	-.5844	.4116
		ปริญญาโท	-.20081	.25497	.431	-.7023	.3007
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.05111	.35929	.887	-.7578	.6556
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.24000	.35536	.500	-.4590	.9390
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.12977	.32233	.687	-.7638	.5042
		ปริญญาโท	-.21073	.32424	.516	-.8485	.4270
		ปริญญาเอก	.02667	.43036	.951	-.8198	.8732



มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.05111	.35929	.887	-.6556	.7578
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.29111	.23091	.208	-.1631	.7453
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.07866	.17588	.655	-.4246	.2673
	ปริญญาโท	-.15962	.17936	.374	-.5124	.1932
	ปริญญาเอก	.07778	.33504	.817	-.5812	.7368
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.24000	.35536	.500	-.9390	.4590
	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.29111	.23091	.208	-.7453	.1631
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.36977*	.16771	.028	-.6996	-.0399
	ปริญญาโท	-.45073*	.17136	.009	-.7878	-.1137
	ปริญญาเอก	-.21333	.33082	.519	-.8640	.4374
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.12977	.32233	.687	-.5042	.7638
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.07866	.17588	.655	-.2673	.4246
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.36977*	.16771	.028	.0399	.6996
	ปริญญาโท	-.08096	.08353	.333	-.2452	.0833
	ปริญญาเอก	.15644	.29505	.596	-.4239	.7368
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.21073	.32424	.516	-.4270	.8485
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.15962	.17936	.374	-.1932	.5124
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.45073*	.17136	.009	.1137	.7878
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.08096	.08353	.333	-.0833	.2452
	ปริญญาเอก	.23740	.29714	.425	-.3471	.8219

	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.02667	.43036	.951	-.8732	.8198
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.07778	.33504	.817	-.7368	.5812
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.21333	.33082	.519	-.4374	.8640
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.15644	.29505	.596	-.7368	.4239
		ปริญญาโท	-.23740	.29714	.425	-.8219	.3471
ด้านความเชื่อมั่น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	.21111	.34206	.538	-.4617	.8839
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.42000	.33832	.215	-.2455	1.0855
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.00000	.30687	1.000	-.6036	.6036
		ปริญญาโท	-.04228	.30869	.891	-.6495	.5649
		ปริญญาเอก	.06667	.40973	.871	-.7392	.8726
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.21111	.34206	.538	-.8839	.4617
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา		.20889	.21984	.343	-.2235	.6413	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		-.21111	.16744	.208	-.5405	.1182	
ปริญญาโท		-.25339	.17076	.139	-.5893	.0825	
ปริญญาเอก		-.14444	.31897	.651	-.7718	.4830	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.42000	.33832	.215	-1.0855	.2455
มัธยมศึกษาตอนต้น		-.20889	.21984	.343	-.6413	.2235	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		-.42000*	.15967	.009	-.7341	-.1059	
ปริญญาโท		-.46228*	.16314	.005	-.7832	-.1414	
ปริญญาเอก		-.35333	.31496	.263	-.9728	.2662	

	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.00000	.30687	1.000	-.6036	.6036
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.21111	.16744	.208	-.1182	.5405
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.42000*	.15967	.009	.1059	.7341
		ปริญญาโท	-.04228	.07952	.595	-.1987	.1141
		ปริญญาเอก	.06667	.28091	.813	-.4859	.6192
	ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.04228	.30869	.891	-.5649	.6495
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.25339	.17076	.139	-.0825	.5893
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.46228*	.16314	.005	.1414	.7832
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.04228	.07952	.595	-.1141	.1987
		ปริญญาเอก	.10894	.28290	.700	-.4475	.6654
	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.06667	.40973	.871	-.8726	.7392
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.14444	.31897	.651	-.4830	.7718
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.35333	.31496	.263	-.2662	.9728
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.06667	.28091	.813	-.6192	.4859
		ปริญญาโท	-.10894	.28290	.700	-.6654	.4475
ด้านความรวดเร็ว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.27222	.35900	.449	-.9783	.4339
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.07500	.35507	.833	-.6234	.7734
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.40795	.32207	.206	-1.0414	.2255
		ปริญญาโท	-.32439	.32398	.317	-.9616	.3129
		ปริญญาเอก	-.30000	.43002	.486	-1.1458	.5458

มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.27222	.35900	.449	-.4339	.9783
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.34722	.23072	.133	-.1066	.8010
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.13573	.17573	.440	-.4814	.2099
	ปริญญาโท	-.05217	.17921	.771	-.4047	.3003
	ปริญญาเอก	-.02778	.33477	.934	-.6862	.6307
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.07500	.35507	.833	-.7734	.6234
	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.34722	.23072	.133	-.8010	.1066
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.48295*	.16757	.004	-.8126	-.1533
	ปริญญาโท	-.39939*	.17122	.020	-.7362	-.0626
	ปริญญาเอก	-.37500	.33056	.257	-1.0252	.2752
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.40795	.32207	.206	-.2255	1.0414
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.13573	.17573	.440	-.2099	.4814
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.48295*	.16757	.004	.1533	.8126
	ปริญญาโท	.08356	.08346	.317	-.0806	.2477
	ปริญญาเอก	.10795	.29482	.714	-.4719	.6878
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.32439	.32398	.317	-.3129	.9616
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.05217	.17921	.771	-.3003	.4047
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.39939*	.17122	.020	.0626	.7362
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.08356	.08346	.317	-.2477	.0806
	ปริญญาเอก	.02439	.29690	.935	-.5596	.6084

	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.30000	.43002	.486	-.5458	1.1458
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.02778	.33477	.934	-.6307	.6862
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.37500	.33056	.257	-.2752	1.0252
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.10795	.29482	.714	-.6878	.4719
		ปริญญาโท	-.02439	.29690	.935	-.6084	.5596
ด้านความเอาใจใส่	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.08667	.36066	.810	-.7961	.6227
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.34000	.35672	.341	-.3616	1.0416
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.18932	.32356	.559	-.8257	.4471
		ปริญญาโท	-.22569	.32548	.489	-.8659	.4145
		ปริญญาเอก	.38000	.43201	.380	-.4697	1.2297
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.08667	.36066	.810	-.6227	.7961
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.42667	.23179	.067	-.0292	.8826
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.10265	.17655	.561	-.4499	.2446
		ปริญญาโท	-.13902	.18004	.441	-.4932	.2151
		ปริญญาเอก	.46667	.33632	.166	-.1948	1.1282
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.34000	.35672	.341	-1.0416	.3616
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.42667	.23179	.067	-.8826	.0292
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.52932*	.16835	.002	-.8605	-.1982
		ปริญญาโท	-.56569*	.17201	.001	-.9040	-.2274
		ปริญญาเอก	.04000	.33209	.904	-.6132	.6932

	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.18932	.32356	.559	-.4471	.8257
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.10265	.17655	.561	-.2446	.4499
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.52932*	.16835	.002	.1982	.8605
		ปริญญาโท	-.03637	.08385	.665	-.2013	.1285
		ปริญญาเอก	.56932	.29618	.055	-.0133	1.1519
	ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.22569	.32548	.489	-.4145	.8659
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.13902	.18004	.441	-.2151	.4932
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.56569*	.17201	.001	.2274	.9040
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.03637	.08385	.665	-.1285	.2013
		ปริญญาเอก	.60569*	.29828	.043	.0190	1.1924
	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.38000	.43201	.380	-1.2297	.4697
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.46667	.33632	.166	-1.1282	.1948
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.04000	.33209	.904	-.6932	.6132
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.56932	.29618	.055	-1.1519	.0133
		ปริญญาโท	-.60569*	.29828	.043	-1.1924	-.0190
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

ONEWAY ด้านลักษณะ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความรวดเร็ว ด้านความเอาใจใส่ BY อาชีพ  
 /STATISTICS DESCRIPTIVES  
 /MISSING ANALYSIS  
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

## Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
						ด้านลักษณะ	ธุรกิจส่วนตัว		
	เกษตรกร	8	3.7500	.64807	.22913	3.2082	4.2918	3.00	4.60
	รับจ้าง	43	3.6465	.55693	.08493	3.4751	3.8179	2.80	4.60
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.6000	.64291	.24300	3.0054	4.1946	2.80	4.60
	เกษียณ	8	3.3750	.60886	.21527	2.8660	3.8840	2.80	4.40
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.6000	.16330	.08165	4.3402	4.8598	4.40	4.80
	ลูกจ้าง	92	3.8870	.60786	.06337	3.7611	4.0128	3.00	5.00
	อื่นๆ	73	3.7589	.59625	.06979	3.6198	3.8980	2.80	5.00
	Total	348	3.8092	.61257	.03284	3.7446	3.8738	2.80	5.00
ด้านความ น่าเชื่อถือ	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.7416	.71498	.06726	3.6083	3.8749	2.40	5.00
	เกษตรกร	8	3.4250	.34538	.12211	3.1363	3.7137	3.00	4.00
	รับจ้าง	43	3.4651	.65425	.09977	3.2638	3.6665	2.40	4.80
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.3714	.60474	.22857	2.8121	3.9307	2.60	4.20
	เกษียณ	8	3.3000	.74066	.26186	2.6808	3.9192	2.60	4.60
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.5000	.11547	.05774	4.3163	4.6837	4.40	4.60
	ลูกจ้าง	92	3.8522	.73042	.07615	3.7009	4.0034	2.40	5.00
	อื่นๆ	73	3.5890	.69912	.08183	3.4259	3.7522	2.40	5.00
	Total	348	3.6885	.71346	.03825	3.6133	3.7637	2.40	5.00



ด้านความ เชื่อมั่น	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.8265	.68374	.06432	3.6991	3.9540	2.60	5.00
	เกษตรกร	8	3.3500	.33381	.11802	3.0709	3.6291	3.00	4.00
	รับจ้าง	43	3.6093	.64580	.09848	3.4106	3.8080	2.60	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.4857	.38048	.14381	3.1338	3.8376	3.00	4.00
	เกษียณ	8	3.4250	.66279	.23433	2.8709	3.9791	2.60	4.60
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.3500	.41231	.20616	3.6939	5.0061	4.00	4.80
	ลูกจ้าง	92	3.9457	.70546	.07355	3.7996	4.0917	2.80	5.00
	อื่นๆ	73	3.6767	.66050	.07731	3.5226	3.8308	2.60	5.00
	Total	348	3.7787	.68116	.03651	3.7069	3.8506	2.60	5.00
ด้านความ รวดเร็ว	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.8186	.71671	.06742	3.6850	3.9522	2.00	5.00
	เกษตรกร	8	3.7188	.57380	.20287	3.2390	4.1985	3.00	4.50
	รับจ้าง	43	3.6047	.76031	.11595	3.3707	3.8386	2.00	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.5000	.55902	.21129	2.9830	4.0170	3.00	4.25
	เกษียณ	8	3.1563	.65380	.23115	2.6097	3.7028	2.00	4.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.2500	.40825	.20412	3.6004	4.8996	3.75	4.75
	ลูกจ้าง	92	3.9185	.72068	.07514	3.7692	4.0677	2.00	5.00
	อื่นๆ	73	3.7534	.67507	.07901	3.5959	3.9109	2.75	5.00
	Total	348	3.7859	.71506	.03833	3.7105	3.8613	2.00	5.00
ด้านความเอา ใจใส่	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.6991	.72954	.06863	3.5631	3.8351	2.00	5.00
	เกษตรกร	8	3.4000	.68452	.24202	2.8277	3.9723	2.60	4.20
	รับจ้าง	43	3.4977	.75514	.11516	3.2653	3.7301	2.00	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.4000	.78316	.29601	2.6757	4.1243	2.00	4.20
	เกษียณ	8	3.2250	.53918	.19063	2.7742	3.6758	2.60	4.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.3000	.34641	.17321	3.7488	4.8512	4.00	4.60

	ลูกจ้าง	92	3.7870	.67339	.07021	3.6475	3.9264	2.60	5.00
	อื่นๆ	73	3.4767	.73002	.08544	3.3064	3.6470	2.00	5.00
	Total	348	3.6339	.72366	.03879	3.5576	3.7102	2.00	5.00

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะ	Between Groups	6.517	7	.931	2.559	.014
	Within Groups	123.694	340	.364		
	Total	130.211	347			
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	10.752	7	1.536	3.148	.003
	Within Groups	165.882	340	.488		
	Total	176.634	347			
ด้านความเชื่อมั่น	Between Groups	9.194	7	1.313	2.942	.005
	Within Groups	151.809	340	.446		
	Total	161.003	347			
ด้านความรวดเร็ว	Between Groups	7.869	7	1.124	2.254	.030
	Within Groups	169.557	340	.499		
	Total	177.426	347			
ด้านความเอาใจใส่	Between Groups	9.170	7	1.310	2.581	.013
	Within Groups	172.549	340	.507		
	Total	181.720	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านลักษณะ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.11018	.22067	.618	-.3239	.5442
		รับจ้าง	.21367*	.10807	.049	.0011	.4262
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.26018	.23493	.269	-.2019	.7223
		เกษียณ	.48518*	.22067	.029	.0511	.9192
		นักเรียน/นักศึกษา	-.73982*	.30687	.016	-1.3434	-.1362
		ลูกจ้าง	-.02678	.08470	.752	-.1934	.1398
		อื่นๆ	.10127	.09057	.264	-.0769	.2794
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.11018	.22067	.618	-.5442	.3239
		รับจ้าง	.10349	.23224	.656	-.3533	.5603
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.15000	.31217	.631	-.4640	.7640
		เกษียณ	.37500	.30158	.215	-.2182	.9682
		นักเรียน/นักศึกษา	-.85000*	.36936	.022	-1.5765	-.1235
		ลูกจ้าง	-.13696	.22233	.538	-.5743	.3004
		อื่นๆ	-.00890	.22463	.968	-.4507	.4329
	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-.21367*	.10807	.049	-.4262	-.0011
		เกษตรกร	-.10349	.23224	.656	-.5603	.3533
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	.04651	.24583	.850	-.4370	.5301
		เกษียณ	.27151	.23224	.243	-.1853	.7283
		นักเรียน/นักศึกษา	-.95349*	.31530	.003	-1.5737	-.3333
		ลูกจ้าง	-.24044*	.11142	.032	-.4596	-.0213
		อื่นๆ	-.11239	.11595	.333	-.3405	.1157
		ธุรกิจส่วนตัว	-.26018	.23493	.269	-.7223	.2019

	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษตรกร	-.15000	.31217	.631	-.7640	.4640
		รับจ้าง	-.04651	.24583	.850	-.5301	.4370
		เกษียณ	.22500	.31217	.472	-.3890	.8390
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.00000*	.37805	.009	-1.7436	-.2564
		ลูกจ้าง	-.28696	.23649	.226	-.7521	.1782
		อื่นๆ	-.15890	.23865	.506	-.6283	.3105
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.48518*	.22067	.029	-.9192	-.0511
		เกษตรกร	-.37500	.30158	.215	-.9682	.2182
		รับจ้าง	-.27151	.23224	.243	-.7283	.1853
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.22500	.31217	.472	-.8390	.3890
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.22500*	.36936	.001	-1.9515	-.4985
		ลูกจ้าง	-.51196*	.22233	.022	-.9493	-.0746
		อื่นๆ	-.38390	.22463	.088	-.8257	.0579
	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.73982*	.30687	.016	.1362	1.3434
		เกษตรกร	.85000*	.36936	.022	.1235	1.5765
		รับจ้าง	.95349*	.31530	.003	.3333	1.5737
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	1.00000*	.37805	.009	.2564	1.7436
		เกษียณ	1.22500*	.36936	.001	.4985	1.9515
		ลูกจ้าง	.71304*	.30807	.021	.1071	1.3190
		อื่นๆ	.84110*	.30973	.007	.2319	1.4503
	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.02678	.08470	.752	-.1398	.1934
		เกษตรกร	.13696	.22233	.538	-.3004	.5743
		รับจ้าง	.24044*	.11142	.032	.0213	.4596
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.28696	.23649	.226	-.1782	.7521
เกษียณ		.51196*	.22233	.022	.0746	.9493	
นักเรียน/นักศึกษา		-.71304*	.30807	.021	-1.3190	-.1071	
อื่นๆ		.12805	.09454	.176	-.0579	.3140	

	อื่นๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.10127	.09057	.264	-.2794	.0769
		เกษตรกร	.00890	.22463	.968	-.4329	.4507
		รับจ้าง	.11239	.11595	.333	-.1157	.3405
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.15890	.23865	.506	-.3105	.6283
		เกษียณ	.38390	.22463	.088	-.0579	.8257
		นักเรียน/นักศึกษา	-.84110*	.30973	.007	-1.4503	-.2319
		ลูกจ้าง	-.12805	.09454	.176	-.3140	.0579
ด้านความ น่าเชื่อถือ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.31659	.25555	.216	-.1861	.8192
		รับจ้าง	.27648*	.12516	.028	.0303	.5227
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.37016	.27206	.175	-.1650	.9053
		เกษียณ	.44159	.25555	.085	-.0611	.9442
		นักเรียน/นักศึกษา	-.75841*	.35537	.034	-1.4574	-.0594
		ลูกจ้าง	-.11058	.09809	.260	-.3035	.0823
		อื่นๆ	.15255	.10489	.147	-.0538	.3589
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.31659	.25555	.216	-.8192	.1861
		รับจ้าง	-.04012	.26895	.882	-.5691	.4889
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.05357	.36150	.882	-.6575	.7646
		เกษียณ	.12500	.34925	.721	-.5620	.8120
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.07500*	.42774	.012	-1.9163	-.2337
		ลูกจ้าง	-.42717	.25747	.098	-.9336	.0793
		อื่นๆ	-.16404	.26013	.529	-.6757	.3476
	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-.27648*	.12516	.028	-.5227	-.0303
		เกษตรกร	.04012	.26895	.882	-.4889	.5691
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.09369	.28468	.742	-.4663	.6537
		เกษียณ	.16512	.26895	.540	-.3639	.6941
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.03488*	.36513	.005	-1.7531	-.3167
		ลูกจ้าง	-.38706*	.12903	.003	-.6409	-.1333
		อื่นๆ	-.12392	.13427	.357	-.3880	.1402

	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-.37016	.27206	.175	-.9053	.1650
		เกษตรกร	-.05357	.36150	.882	-.7646	.6575
		รับจ้าง	-.09369	.28468	.742	-.6537	.4663
		เกษียณ	.07143	.36150	.843	-.6396	.7825
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.12857*	.43780	.010	-1.9897	-.2674
		ลูกจ้าง	-.48075	.27386	.080	-1.0194	.0579
		อื่นๆ	-.21761	.27637	.432	-.7612	.3260
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.44159	.25555	.085	-.9442	.0611
		เกษตรกร	-.12500	.34925	.721	-.8120	.5620
		รับจ้าง	-.16512	.26895	.540	-.6941	.3639
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.07143	.36150	.843	-.7825	.6396
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.20000*	.42774	.005	-2.0413	-.3587
		ลูกจ้าง	-.55217*	.25747	.033	-1.0586	-.0457
		อื่นๆ	-.28904	.26013	.267	-.8007	.2226
	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.75841*	.35537	.034	.0594	1.4574
		เกษตรกร	1.07500*	.42774	.012	.2337	1.9163
		รับจ้าง	1.03488*	.36513	.005	.3167	1.7531
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	1.12857*	.43780	.010	.2674	1.9897
		เกษียณ	1.20000*	.42774	.005	.3587	2.0413
		ลูกจ้าง	.64783	.35676	.070	-.0539	1.3496
		อื่นๆ	.91096*	.35869	.012	.2054	1.6165

	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.11058	.09809	.260	-.0823	.3035
		เกษตรกร	.42717	.25747	.098	-.0793	.9336
		รับจ้าง	.38706*	.12903	.003	.1333	.6409
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.48075	.27386	.080	-.0579	1.0194
		เกษียณ	.55217*	.25747	.033	.0457	1.0586
		นักเรียน/นักศึกษา	-.64783	.35676	.070	-1.3496	.0539
		อื่นๆ	.26313*	.10948	.017	.0478	.4785
	อื่นๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.15255	.10489	.147	-.3589	.0538
		เกษตรกร	.16404	.26013	.529	-.3476	.6757
		รับจ้าง	.12392	.13427	.357	-.1402	.3880
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.21761	.27637	.432	-.3260	.7612
		เกษียณ	.28904	.26013	.267	-.2226	.8007
		นักเรียน/นักศึกษา	-.91096*	.35869	.012	-1.6165	-.2054
		ลูกจ้าง	-.26313*	.10948	.017	-.4785	-.0478
ด้านความเชื่อมั่น	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.47655	.24447	.052	-.0043	.9574
		รับจ้าง	.21725	.11973	.070	-.0183	.4527
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.34083	.26026	.191	-.1711	.8528
		เกษียณ	.40155	.24447	.101	-.0793	.8824
		นักเรียน/นักศึกษา	-.52345	.33996	.125	-1.1921	.1452
		ลูกจ้าง	-.11910	.09383	.205	-.3037	.0655
		อื่นๆ	.14984	.10034	.136	-.0475	.3472
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.47655	.24447	.052	-.9574	.0043
		รับจ้าง	-.25930	.25729	.314	-.7654	.2468
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.13571	.34583	.695	-.8159	.5445
		เกษียณ	-.07500	.33410	.823	-.7322	.5822
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.00000*	.40919	.015	-1.8049	-.1951
		ลูกจ้าง	-.59565*	.24630	.016	-1.0801	-.1112
		อื่นๆ	-.32671	.24885	.190	-.8162	.1628



	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-.21725	.11973	.070	-.4527	.0183
		เกษตรกร	.25930	.25729	.314	-.2468	.7654
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.12359	.27234	.650	-.4121	.6593
		เกษียณ	.18430	.25729	.474	-.3218	.6904
		นักเรียน/นักศึกษา	-.74070*	.34930	.035	-1.4278	-.0536
		ลูกจ้าง	-.33635*	.12344	.007	-.5791	-.0936
		อื่นๆ	-.06741	.12845	.600	-.3201	.1853
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-.34083	.26026	.191	-.8528	.1711
		เกษตรกร	.13571	.34583	.695	-.5445	.8159
		รับจ้าง	-.12359	.27234	.650	-.6593	.4121
		เกษียณ	.06071	.34583	.861	-.6195	.7409
		นักเรียน/นักศึกษา	-.86429*	.41882	.040	-1.6881	-.0405
		ลูกจ้าง	-.45994	.26199	.080	-.9753	.0554
		อื่นๆ	-.19100	.26439	.471	-.7110	.3290
เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.40155	.24447	.101	-.8824	.0793	
	เกษตรกร	.07500	.33410	.823	-.5822	.7322	
	รับจ้าง	-.18430	.25729	.474	-.6904	.3218	
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.06071	.34583	.861	-.7409	.6195	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.92500*	.40919	.024	-1.7299	-.1201	
	ลูกจ้าง	-.52065*	.24630	.035	-1.0051	-.0362	
	อื่นๆ	-.25171	.24885	.313	-.7412	.2378	
นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.52345	.33996	.125	-.1452	1.1921	
	เกษตรกร	1.00000*	.40919	.015	.1951	1.8049	
	รับจ้าง	.74070*	.34930	.035	.0536	1.4278	
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.86429*	.41882	.040	.0405	1.6881	
	เกษียณ	.92500*	.40919	.024	.1201	1.7299	
	ลูกจ้าง	.40435	.34129	.237	-.2670	1.0756	
	อื่นๆ	.67329	.34313	.051	-.0016	1.3482	

	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.11910	.09383	.205	-.0655	.3037
		เกษตรกร	.59565*	.24630	.016	.1112	1.0801
		รับจ้าง	.33635*	.12344	.007	.0936	.5791
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.45994	.26199	.080	-.0554	.9753
		เกษียณ	.52065*	.24630	.035	.0362	1.0051
		นักเรียน/นักศึกษา	-.40435	.34129	.237	-1.0756	.2670
		อื่นๆ	.26894*	.10474	.011	.0629	.4750
	อื่นๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.14984	.10034	.136	-.3472	.0475
		เกษตรกร	.32671	.24885	.190	-.1628	.8162
		รับจ้าง	.06741	.12845	.600	-.1853	.3201
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.19100	.26439	.471	-.3290	.7110
		เกษียณ	.25171	.24885	.313	-.2378	.7412
		นักเรียน/นักศึกษา	-.67329	.34313	.051	-1.3482	.0016
		ลูกจ้าง	-.26894*	.10474	.011	-.4750	-.0629
ด้านความ รวดเร็ว	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.09983	.25836	.699	-.4084	.6080
		รับจ้าง	.21393	.12653	.092	-.0350	.4628
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.31858	.27506	.248	-.2224	.8596
		เกษียณ	.66233*	.25836	.011	.1541	1.1705
		นักเรียน/นักศึกษา	-.43142	.35929	.231	-1.1381	.2753
		ลูกจ้าง	-.09989	.09917	.314	-.2950	.0952
		อื่นๆ	.06516	.10604	.539	-.1434	.2737
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.09983	.25836	.699	-.6080	.4084
		รับจ้าง	.11410	.27191	.675	-.4207	.6489
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.21875	.36549	.550	-.5001	.9376
		เกษียณ	.56250	.35309	.112	-.1320	1.2570
		นักเรียน/นักศึกษา	-.53125	.43245	.220	-1.3819	.3194
		ลูกจ้าง	-.19973	.26030	.443	-.7117	.3123
		อื่นๆ	-.03467	.26300	.895	-.5520	.4826

	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-.21393	.12653	.092	-.4628	.0350
		เกษตรกร	-.11410	.27191	.675	-.6489	.4207
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.10465	.28782	.716	-.4615	.6708
		เกษียณ	.44840	.27191	.100	-.0864	.9832
		นักเรียน/นักศึกษา	-.64535	.36915	.081	-1.3715	.0808
		ลูกจ้าง	-.31383*	.13045	.017	-.5704	-.0572
		อื่นๆ	-.14877	.13575	.274	-.4158	.1182
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-.31858	.27506	.248	-.8596	.2224
		เกษตรกร	-.21875	.36549	.550	-.9376	.5001
		รับจ้าง	-.10465	.28782	.716	-.6708	.4615
		เกษียณ	.34375	.36549	.348	-.3751	1.0626
		นักเรียน/นักศึกษา	-.75000	.44262	.091	-1.6206	.1206
		ลูกจ้าง	-.41848	.27688	.132	-.9631	.1261
		อื่นๆ	-.25342	.27942	.365	-.8030	.2962
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.66233*	.25836	.011	-1.1705	-.1541
		เกษตรกร	-.56250	.35309	.112	-1.2570	.1320
		รับจ้าง	-.44840	.27191	.100	-.9832	.0864
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.34375	.36549	.348	-1.0626	.3751
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.09375*	.43245	.012	-1.9444	-.2431
		ลูกจ้าง	-.76223*	.26030	.004	-1.2742	-.2502
		อื่นๆ	-.59717*	.26300	.024	-1.1145	-.0799
นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.43142	.35929	.231	-.2753	1.1381	
	เกษตรกร	.53125	.43245	.220	-.3194	1.3819	
	รับจ้าง	.64535	.36915	.081	-.0808	1.3715	
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.75000	.44262	.091	-.1206	1.6206	
	เกษียณ	1.09375*	.43245	.012	.2431	1.9444	
	ลูกจ้าง	.33152	.36069	.359	-.3779	1.0410	
	อื่นๆ	.49658	.36264	.172	-.2167	1.2099	

	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.09989	.09917	.314	-.0952	.2950
		เกษตรกร	.19973	.26030	.443	-.3123	.7117
		รับจ้าง	.31383*	.13045	.017	.0572	.5704
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.41848	.27688	.132	-.1261	.9631
		เกษียณ	.76223*	.26030	.004	.2502	1.2742
		นักเรียน/นักศึกษา	-.33152	.36069	.359	-1.0410	.3779
		อื่นๆ	.16505	.11069	.137	-.0527	.3828
	อื่นๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.06516	.10604	.539	-.2737	.1434
		เกษตรกร	.03467	.26300	.895	-.4826	.5520
		รับจ้าง	.14877	.13575	.274	-.1182	.4158
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.25342	.27942	.365	-.2962	.8030
		เกษียณ	.59717*	.26300	.024	.0799	1.1145
		นักเรียน/นักศึกษา	-.49658	.36264	.172	-1.2099	.2167
		ลูกจ้าง	-.16505	.11069	.137	-.3828	.0527
ด้านความเอาใจ ใส่	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.29912	.26063	.252	-.2135	.8118
		รับจ้าง	.20144	.12765	.115	-.0496	.4525
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.29912	.27747	.282	-.2467	.8449
		เกษียณ	.47412	.26063	.070	-.0385	.9868
		นักเรียน/นักศึกษา	-.60088	.36244	.098	-1.3138	.1120
		ลูกจ้าง	-.08784	.10004	.381	-.2846	.1089
		อื่นๆ	.22240*	.10697	.038	.0120	.4328
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.29912	.26063	.252	-.8118	.2135
		รับจ้าง	-.09767	.27430	.722	-.6372	.4419
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.00000	.36870	1.000	-.7252	.7252
		เกษียณ	.17500	.35619	.624	-.5256	.8756
		นักเรียน/นักศึกษา	-.90000*	.43625	.040	-1.7581	-.0419
		ลูกจ้าง	-.38696	.26259	.142	-.9035	.1295
		อื่นๆ	-.07671	.26531	.773	-.5986	.4451

	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-20144	.12765	.115	-.4525	.0496
		เกษตรกร	.09767	.27430	.722	-.4419	.6372
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.09767	.29035	.737	-.4734	.6688
		เกษียณ	.27267	.27430	.321	-.2669	.8122
		นักเรียน/นักศึกษา	-.80233*	.37239	.032	-1.5348	-.0698
		ลูกจ้าง	-.28928*	.13160	.029	-.5481	-.0304
		อื่นๆ	.02096	.13695	.878	-.2484	.2903
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-29912	.27747	.282	-.8449	.2467
		เกษตรกร	.00000	.36870	1.000	-.7252	.7252
		รับจ้าง	-.09767	.29035	.737	-.6688	.4734
		เกษียณ	.17500	.36870	.635	-.5502	.9002
		นักเรียน/นักศึกษา	-.90000*	.44651	.045	-1.7783	-.0217
		ลูกจ้าง	-.38696	.27931	.167	-.9364	.1624
		อื่นๆ	-.07671	.28187	.786	-.6311	.4777
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.47412	.26063	.070	-.9868	.0385
		เกษตรกร	-.17500	.35619	.624	-.8756	.5256
		รับจ้าง	-.27267	.27430	.321	-.8122	.2669
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.17500	.36870	.635	-.9002	.5502
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.07500*	.43625	.014	-1.9331	-.2169
		ลูกจ้าง	-.56196*	.26259	.033	-1.0785	-.0455
		อื่นๆ	-.25171	.26531	.343	-.7736	.2701
	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.60088	.36244	.098	-.1120	1.3138
		เกษตรกร	.90000*	.43625	.040	.0419	1.7581
		รับจ้าง	.80233*	.37239	.032	.0698	1.5348
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.90000*	.44651	.045	.0217	1.7783
		เกษียณ	1.07500*	.43625	.014	.2169	1.9331
		ลูกจ้าง	.51304	.36386	.159	-.2026	1.2287
		อื่นๆ	.82329*	.36582	.025	.1037	1.5428

	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.08784	.10004	.381	-.1089	.2846
		เกษตรกร	.38696	.26259	.142	-.1295	.9035
		รับจ้าง	.28928*	.13160	.029	.0304	.5481
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.38696	.27931	.167	-.1624	.9364
		เกษียณ	.56196*	.26259	.033	.0455	1.0785
		นักเรียน/นักศึกษา	-.51304	.36386	.159	-1.2287	.2026
		อื่นๆ	.31024*	.11166	.006	.0906	.5299
	อื่นๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.22240*	.10697	.038	-.4328	-.0120
		เกษตรกร	.07671	.26531	.773	-.4451	.5986
		รับจ้าง	-.02096	.13695	.878	-.2903	.2484
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.07671	.28187	.786	-.4777	.6311
		เกษียณ	.25171	.26531	.343	-.2701	.7736
		นักเรียน/นักศึกษา	-.82329*	.36582	.025	-1.5428	-.1037
		ลูกจ้าง	-.31024*	.11166	.006	-.5299	-.0906

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ONEWAY ด้านลักษณะ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความรวดเร็ว ด้านความเอาใจใส่ BY

สถานภาพ

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

## Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านลักษณะ	โสด	170	3.8553	.66706	.05116	3.7543	3.9563	2.80	5.00
	สมรส	164	3.7537	.54833	.04282	3.6691	3.8382	2.80	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.9000	.62141	.16608	3.5412	4.2588	2.80	5.00
	Total	348	3.8092	.61257	.03284	3.7446	3.8738	2.80	5.00
ด้านความ น่าเชื่อถือ	โสด	170	3.7165	.74028	.05678	3.6044	3.8286	2.40	5.00
	สมรส	164	3.6561	.68051	.05314	3.5512	3.7610	2.40	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.7286	.79462	.21237	3.2698	4.1874	2.40	4.60
	Total	348	3.6885	.71346	.03825	3.6133	3.7637	2.40	5.00
ด้านความ เชื่อมั่น	โสด	170	3.7635	.71125	.05455	3.6558	3.8712	2.60	5.00
	สมรส	164	3.7841	.65118	.05085	3.6837	3.8846	2.60	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.9000	.68725	.18367	3.5032	4.2968	2.60	4.80
	Total	348	3.7787	.68116	.03651	3.7069	3.8506	2.60	5.00
ด้านความ รวดเร็ว	โสด	170	3.7588	.73676	.05651	3.6473	3.8704	2.00	5.00
	สมรส	164	3.8064	.70129	.05476	3.6983	3.9145	2.00	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.8750	.63359	.16934	3.5092	4.2408	2.75	5.00
	Total	348	3.7859	.71506	.03833	3.7105	3.8613	2.00	5.00
ด้านความเอา ใจใส่	โสด	170	3.6329	.73192	.05614	3.5221	3.7438	2.00	5.00
	สมรส	164	3.6573	.72898	.05692	3.5449	3.7697	2.00	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.3714	.51951	.13884	3.0715	3.6714	2.60	4.00
	Total	348	3.6339	.72366	.03879	3.5576	3.7102	2.00	5.00



ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะ	Between Groups	.983	2	.491	1.312	.271
	Within Groups	129.228	345	.375		
	Total	130.211	347			
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	.328	2	.164	.321	.726
	Within Groups	176.306	345	.511		
	Total	176.634	347			
ด้านความเชื่อมั่น	Between Groups	.250	2	.125	.268	.765
	Within Groups	160.753	345	.466		
	Total	161.003	347			
ด้านความรวดเร็ว	Between Groups	.305	2	.152	.297	.743
	Within Groups	177.121	345	.513		
	Total	177.426	347			
ด้านความเอาใจใส่	Between Groups	1.055	2	.527	1.007	.366
	Within Groups	180.665	345	.524		
	Total	181.720	347			



## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านลักษณะ	โสด	สมรส	.10164	.06699	.130	-.0301	.2334
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.04471	.17017	.793	-.3794	.2900
	สมรส	โสด	-.10164	.06699	.130	-.2334	.0301
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.14634	.17041	.391	-.4815	.1888
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	.04471	.17017	.793	-.2900	.3794
		สมรส	.14634	.17041	.391	-.1888	.4815
ด้านความ น่าเชื่อถือ	โสด	สมรส	.06037	.07824	.441	-.0935	.2143
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.01210	.19877	.951	-.4030	.3788
	สมรส	โสด	-.06037	.07824	.441	-.2143	.0935
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.07247	.19904	.716	-.4640	.3190
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	.01210	.19877	.951	-.3788	.4030
		สมรส	.07247	.19904	.716	-.3190	.4640
ด้านความ เชื่อมั่น	โสด	สมรส	-.02062	.07471	.783	-.1676	.1263
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.13647	.18980	.473	-.5098	.2368
	สมรส	โสด	.02062	.07471	.783	-.1263	.1676
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.11585	.19006	.543	-.4897	.2580
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	.13647	.18980	.473	-.2368	.5098
		สมรส	.11585	.19006	.543	-.2580	.4897

ด้านความรวดเร็ว	โสด	สมรส	-.04758	.07842	.544	-.2018	.1067
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.11618	.19923	.560	-.5080	.2757
	สมรส	โสด	.04758	.07842	.544	-.1067	.2018
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.06860	.19950	.731	-.4610	.3238
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	.11618	.19923	.560	-.2757	.5080
		สมรส	.06860	.19950	.731	-.3238	.4610
ด้านความเอาใจใส่	โสด	สมรส	-.02438	.07921	.758	-.1802	.1314
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.26151	.20121	.195	-.1342	.6573
	สมรส	โสด	.02438	.07921	.758	-.1314	.1802
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.28589	.20149	.157	-.1104	.6822
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.26151	.20121	.195	-.6573	.1342
		สมรส	-.28589	.20149	.157	-.6822	.1104

ONEWAY ด้านลักษณะ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความรวดเร็ว ด้านความเอาใจใส่ BY รายได้  
ต่อเดือน

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

**Oneway**  
**Descriptives**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านลักษณะ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.7590	.63275	.07164	3.6163	3.9016	2.80	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.6846	.56432	.06390	3.5574	3.8119	2.80	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.9490	.62845	.08800	3.7723	4.1258	2.80	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.8553	.61184	.05153	3.7534	3.9572	2.80	5.00
	Total	348	3.8092	.61257	.03284	3.7446	3.8738	2.80	5.00
ด้านความน่าเชื่อถือ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.6333	.70059	.07933	3.4754	3.7913	2.40	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.5949	.71422	.08087	3.4338	3.7559	2.40	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.8353	.73941	.10354	3.6273	4.0433	2.40	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.7177	.70754	.05959	3.5999	3.8355	2.40	5.00
	Total	348	3.6885	.71346	.03825	3.6133	3.7637	2.40	5.00
ด้านความเชื่อมั่น	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.7128	.63703	.07213	3.5692	3.8564	2.60	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.6641	.67880	.07686	3.5111	3.8171	2.60	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.9569	.68389	.09576	3.7645	4.1492	2.60	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.8142	.69556	.05858	3.6984	3.9300	2.60	5.00
	Total	348	3.7787	.68116	.03651	3.7069	3.8506	2.60	5.00

ด้านความรวดเร็ว	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.7212	.68374	.07742	3.5670	3.8753	2.00	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.5962	.78669	.08908	3.4188	3.7735	2.00	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.9608	.65836	.09219	3.7756	4.1459	2.75	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.8635	.68951	.05807	3.7487	3.9783	2.00	5.00
	Total	348	3.7859	.71506	.03833	3.7105	3.8613	2.00	5.00
ด้านความเอาใจใส่	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.6513	.72680	.08229	3.4874	3.8152	2.00	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.5179	.71455	.08091	3.3568	3.6791	2.00	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.7765	.70840	.09920	3.5772	3.9757	2.00	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.6369	.72962	.06145	3.5154	3.7584	2.00	5.00
	Total	348	3.6339	.72366	.03879	3.5576	3.7102	2.00	5.00



ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะ	Between Groups	2.704	3	.901	2.432	.065
	Within Groups	127.506	344	.371		
	Total	130.211	347			
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	2.141	3	.714	1.407	.241
	Within Groups	174.493	344	.507		
	Total	176.634	347			
ด้านความเชื่อมั่น	Between Groups	3.159	3	1.053	2.295	.078
	Within Groups	157.843	344	.459		
	Total	161.003	347			
ด้านความรวดเร็ว	Between Groups	5.544	3	1.848	3.698	.012
	Within Groups	171.882	344	.500		
	Total	177.426	347			
ด้านความเอาใจใส่	Between Groups	2.110	3	.703	1.347	.259
	Within Groups	179.610	344	.522		
	Total	181.720	347			

### Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้ต่อเดือน	(J) รายได้ต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านลักษณะบาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.07436	.09749	.446	-.1174	.2661
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.19005	.10963	.084	-.4057	.0256
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.09634	.08591	.263	-.2653	.0726

	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.07436	.09749	.446	-.2661	.1174
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.26440*	.10963	.016	-.4800	-.0488
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.17070*	.08591	.048	-.3397	-.0017
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.19005	.10963	.084	-.0256	.4057
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.26440*	.10963	.016	.0488	.4800
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.09370	.09948	.347	-.1020	.2894
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.09634	.08591	.263	-.0726	.2653
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.17070*	.08591	.048	.0017	.3397
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.09370	.09948	.347	-.2894	.1020
ด้านความน่าเชื่อถือ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.03846	.11405	.736	-.1859	.2628
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.20196	.12825	.116	-.4542	.0503
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.08440	.10050	.402	-.2821	.1133
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.03846	.11405	.736	-.2628	.1859
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.24042	.12825	.062	-.4927	.0118
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.12286	.10050	.222	-.3205	.0748



	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.20196	.12825	.116	-.0503	.4542
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.24042	.12825	.062	-.0118	.4927
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.11756	.11638	.313	-.1113	.3465
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.08440	.10050	.402	-.1133	.2821
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.12286	.10050	.222	-.0748	.3205
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.11756	.11638	.313	-.3465	.1113
ด้านความ เชื่อมั่น	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.04872	.10847	.654	-.1646	.2621
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.24404*	.12198	.046	-.4840	-.0041
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.10136	.09559	.290	-.2894	.0866
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.04872	.10847	.654	-.2621	.1646
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.29276*	.12198	.017	-.5327	-.0528
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.15008	.09559	.117	-.3381	.0379
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.24404*	.12198	.046	.0041	.4840
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.29276*	.12198	.017	.0528	.5327
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.14268	.11069	.198	-.0750	.3604

	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.10136	.09559	.290	-.0866	.2894
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.15008	.09559	.117	-.0379	.3381
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.14268	.11069	.198	-.3604	.0750
ด้านความรวดเร็ว	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.12500	.11319	.270	-.0976	.3476
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.23963	.12729	.061	-.4900	.0107
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.14232	.09975	.155	-.3385	.0539
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.12500	.11319	.270	-.3476	.0976
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.36463*	.12729	.004	-.6150	-.1143
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.26732*	.09975	.008	-.4635	-.0711
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.23963	.12729	.061	-.0107	.4900
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.36463*	.12729	.004	.1143	.6150
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.09731	.11550	.400	-.1299	.3245
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.14232	.09975	.155	-.0539	.3385
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.26732*	.09975	.008	.0711	.4635
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.09731	.11550	.400	-.3245	.1299

ด้านความเอาใจ ใส่	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.13333	.11571	.250	-.0942	.3609
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.12519	.13012	.337	-.3811	.1307
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.01440	.10196	.888	-.1862	.2150
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.13333	.11571	.250	-.3609	.0942
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.25852*	.13012	.048	-.5145	-.0026
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.11893	.10196	.244	-.3195	.0816
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.12519	.13012	.337	-.1307	.3811
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.25852*	.13012	.048	.0026	.5145
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.13959	.11807	.238	-.0926	.3718
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.01440	.10196	.888	-.2150	.1862
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.11893	.10196	.244	-.0816	.3195
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.13959	.11807	.238	-.3718	.0926

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

## สมมติฐานที่ 2

### T-Test

Group Statistics					
	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ด้านเงื่อนไข	ชาย	151	3.6755	.70757	.05758
	หญิง	197	3.7631	.76728	.05467
ด้านการให้บริการ	ชาย	151	3.6225	.45975	.03741
	หญิง	197	3.6937	.52419	.03735
ด้านการจ่าย	ชาย	151	3.6247	.76624	.06236
	หญิง	197	3.7851	.77851	.05547
ด้านการต่ออายุสัญญา	ชาย	151	3.5563	.80528	.06553
	หญิง	197	3.6904	.79789	.05685

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
				F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
		Lower	Upper							
ด้านเงื่อนไข	Equal variances assumed	2.631	.106	-1.092	346	.276	-.08762	.08025	-.24546	.07023
	Equal variances not assumed			-1.104	334.369	.271	-.08762	.07940	-.24380	.06857
ด้านการให้บริการ	Equal variances assumed	1.818	.178	-1.324	346	.186	-.07122	.05379	-.17701	.03457

	Equal variances not assumed			-1.347	339.721	.179	-.07122	.05286	-.17520	.03276
ด้านการจ่าย	Equal variances assumed	.352	.553	-1.918	346	.056	-.16039	.08363	-.32488	.00410
	Equal variances not assumed			-1.922	325.383	.056	-.16039	.08346	-.32457	.00379
ด้านการต่ออายุสัญญา	Equal variances assumed	.046	.830	-1.547	346	.123	-.13406	.08665	-.30449	.03636
	Equal variances not assumed			-1.545	321.403	.123	-.13406	.08675	-.30474	.03661

### Oneway

#### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านเงื่อนไข	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.9058	.71548	.10549	3.6933	4.1183	2.00	5.00
	26-35 ปี	106	3.6415	.67565	.06563	3.5114	3.7716	2.00	5.00
	36-45 ปี	114	3.7222	.80426	.07533	3.5730	3.8715	2.00	5.00
	46-55 ปี	63	3.7090	.73687	.09284	3.5234	3.8946	2.00	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.8246	.78070	.17910	3.4483	4.2008	2.33	5.00
	Total	348	3.7251	.74219	.03979	3.6468	3.8033	2.00	5.00
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.8261	.51992	.07666	3.6717	3.9805	2.67	4.67
	26-35 ปี	106	3.6258	.49911	.04848	3.5297	3.7219	2.33	4.67
	36-45 ปี	114	3.6520	.51217	.04797	3.5570	3.7471	2.67	4.67

	46-55 ปี	63	3.6772	.43572	.05490	3.5675	3.7870	2.33	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.4912	.48900	.11218	3.2555	3.7269	2.33	4.33
	Total	348	3.6628	.49782	.02669	3.6103	3.7153	2.33	5.00
ด้านการจ่าย	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.6594	.82099	.12105	3.4156	3.9032	2.00	5.00
	26-35 ปี	106	3.7390	.83445	.08105	3.5783	3.8997	2.00	5.00
	36-45 ปี	114	3.7690	.75405	.07062	3.6291	3.9089	2.00	5.00
	46-55 ปี	63	3.6614	.65444	.08245	3.4966	3.8262	2.67	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.5789	.87378	.20046	3.1578	4.0001	2.00	5.00
	Total	348	3.7155	.77619	.04161	3.6337	3.7974	2.00	5.00
ด้านการต่ออายุสัญญา	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	46	3.6087	.84999	.12532	3.3563	3.8611	2.00	5.00
	26-35 ปี	106	3.6038	.85957	.08349	3.4382	3.7693	2.00	5.00
	36-45 ปี	114	3.6784	.78698	.07371	3.5323	3.8244	2.00	5.00
	46-55 ปี	63	3.6508	.67050	.08447	3.4819	3.8197	2.00	5.00
	56 ปีขึ้นไป	19	3.5088	.91198	.20922	3.0692	3.9483	2.00	5.00
	Total	348	3.6322	.80271	.04303	3.5476	3.7168	2.00	5.00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเงื่อนไข	Between Groups	2.448	4	.612	1.112	.350
	Within Groups	188.697	343	.550		
	Total	191.145	347			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	1.957	4	.489	1.997	.095
	Within Groups	84.038	343	.245		
	Total	85.995	347			
ด้านการจ่าย	Between Groups	1.068	4	.267	.440	.779
	Within Groups	207.990	343	.606		
	Total	209.058	347			
ด้านการต่ออายุสัญญา	Between Groups	.665	4	.166	.256	.906
	Within Groups	222.921	343	.650		
	Total	223.586	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านเงื่อนไข	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.26429*	.13096	.044	.0067	.5219
		36-45 ปี	.18357	.12956	.157	-.0713	.4384
		46-55 ปี	.19680	.14385	.172	-.0861	.4797
		56 ปีขึ้นไป	.08124	.20227	.688	-.3166	.4791
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.26429*	.13096	.044	-.5219	-.0067
		36-45 ปี	-.08071	.10008	.421	-.2776	.1161
		46-55 ปี	-.06749	.11799	.568	-.2996	.1646
		56 ปีขึ้นไป	-.18305	.18478	.323	-.5465	.1804
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.18357	.12956	.157	-.4384	.0713
		26-35 ปี	.08071	.10008	.421	-.1161	.2776
		46-55 ปี	.01323	.11644	.910	-.2158	.2423
		56 ปีขึ้นไป	-.10234	.18379	.578	-.4638	.2592
	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.19680	.14385	.172	-.4797	.0861
		26-35 ปี	.06749	.11799	.568	-.1646	.2996
		36-45 ปี	-.01323	.11644	.910	-.2423	.2158
		56 ปีขึ้นไป	-.11557	.19413	.552	-.4974	.2663
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.08124	.20227	.688	-.4791	.3166
		26-35 ปี	.18305	.18478	.323	-.1804	.5465
		36-45 ปี	.10234	.18379	.578	-.2592	.4638
		46-55 ปี	.11557	.19413	.552	-.2663	.4974



ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.20030*	.08739	.023	.0284	.3722
		36-45 ปี	.17404*	.08646	.045	.0040	.3441
		46-55 ปี	.14884	.09600	.122	-.0400	.3377
		56 ปีขึ้นไป	.33486*	.13499	.014	.0694	.6004
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.20030*	.08739	.023	-.3722	-.0284
		36-45 ปี	-.02626	.06679	.694	-.1576	.1051
		46-55 ปี	-.05146	.07874	.514	-.2063	.1034
		56 ปีขึ้นไป	.13456	.12331	.276	-.1080	.3771
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.17404*	.08646	.045	-.3441	-.0040
		26-35 ปี	.02626	.06679	.694	-.1051	.1576
		46-55 ปี	-.02520	.07771	.746	-.1780	.1276
		56 ปีขึ้นไป	.16082	.12266	.191	-.0804	.4021
	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.14884	.09600	.122	-.3377	.0400
		26-35 ปี	.05146	.07874	.514	-.1034	.2063
		36-45 ปี	.02520	.07771	.746	-.1276	.1780
		56 ปีขึ้นไป	.18602	.12955	.152	-.0688	.4408
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	-.33486*	.13499	.014	-.6004	-.0694
		26-35 ปี	-.13456	.12331	.276	-.3771	.1080
		36-45 ปี	-.16082	.12266	.191	-.4021	.0804
		46-55 ปี	-.18602	.12955	.152	-.4408	.0688
ด้านการจ่าย	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	-.07957	.13749	.563	-.3500	.1909
		36-45 ปี	-.10959	.13602	.421	-.3771	.1580
		46-55 ปี	-.00196	.15102	.990	-.2990	.2951
		56 ปีขึ้นไป	.08047	.21236	.705	-.3372	.4982
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 25 ปี	.07957	.13749	.563	-.1909	.3500
		36-45 ปี	-.03001	.10507	.775	-.2367	.1767
		46-55 ปี	.07762	.12388	.531	-.1660	.3213

		56 ปีขึ้นไป	.16005	.19400	.410	-.2215	.5416
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	.10959	.13602	.421	-.1580	.3771
		26-35 ปี	.03001	.10507	.775	-.1767	.2367
		46-55 ปี	.10763	.12225	.379	-.1328	.3481
		56 ปีขึ้นไป	.19006	.19296	.325	-.1895	.5696
		46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	.00196	.15102	.990	-.2951
	26-35 ปี		-.07762	.12388	.531	-.3213	.1660
	36-45 ปี		-.10763	.12225	.379	-.3481	.1328
	56 ปีขึ้นไป		.08243	.20381	.686	-.3185	.4833
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.08047	.21236	.705	-.4982	.3372
		26-35 ปี	-.16005	.19400	.410	-.5416	.2215
		36-45 ปี	-.19006	.19296	.325	-.5696	.1895
		46-55 ปี	-.08243	.20381	.686	-.4833	.3185
ด้านการต่ออายุ สัญญา	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	26-35 ปี	.00492	.14234	.972	-.2750	.2849
		36-45 ปี	-.06967	.14082	.621	-.3466	.2073
		46-55 ปี	-.04210	.15635	.788	-.3496	.2654
		56 ปีขึ้นไป	.09992	.21985	.650	-.3325	.5324
	26-35 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.00492	.14234	.972	-.2849	.2750
		36-45 ปี	-.07459	.10878	.493	-.2885	.1394
		46-55 ปี	-.04702	.12825	.714	-.2993	.2052
		56 ปีขึ้นไป	.09500	.20084	.637	-.3000	.4900
	36-45 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	.06967	.14082	.621	-.2073	.3466
		26-35 ปี	.07459	.10878	.493	-.1394	.2885
		46-55 ปี	.02757	.12656	.828	-.2214	.2765
		56 ปีขึ้นไป	.16959	.19977	.397	-.2233	.5625
	46-55 ปี	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	.04210	.15635	.788	-.2654	.3496

		26-35 ปี	.04702	.12825	.714	-.2052	.2993
		36-45 ปี	-.02757	.12656	.828	-.2765	.2214
		56 ปีขึ้นไป	.14202	.21100	.501	-.2730	.5570
	56 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า 25 ปี	-.09992	.21985	.650	-.5324	.3325
		26-35 ปี	-.09500	.20084	.637	-.4900	.3000
		36-45 ปี	-.16959	.19977	.397	-.5625	.2233
		46-55 ปี	-.14202	.21100	.501	-.5570	.2730
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

### Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
						ด้านเงื่อนไข	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น		
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	18	3.7037	.64564	.15218	3.3826	4.0248	3.00	5.00
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.2667	.80641	.18032	2.8893	3.6441	2.00	5.00
	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	176	3.7273	.68182	.05139	3.6258	3.8287	2.00	5.00
	ปริญญาโท	123	3.8347	.77574	.06995	3.6962	3.9732	2.00	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.1111	1.29386	.52822	1.7533	4.4689	2.00	5.00
	Total	348	3.7251	.74219	.03979	3.6468	3.8033	2.00	5.00
ด้านการ ให้บริการ	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	5	3.4667	.50553	.22608	2.8390	4.0944	3.00	4.00
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	18	3.6481	.51731	.12193	3.3909	3.9054	2.67	4.67

	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.4500	.58515	.13084	3.1761	3.7239	2.67	4.67
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	3.7008	.46609	.03513	3.6314	3.7701	2.33	5.00
	ปริญญาโท	123	3.6694	.50407	.04545	3.5794	3.7594	2.33	4.67
	ปริญญาเอก	6	3.3333	.76012	.31032	2.5356	4.1310	2.67	4.33
	Total	348	3.6628	.49782	.02669	3.6103	3.7153	2.33	5.00
ด้านการจ่าย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.4000	.43461	.19437	2.8604	3.9396	3.00	4.00
	มัธยมศึกษาตอนต้น	18	3.7037	.96939	.22849	3.2216	4.1858	2.00	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	20	3.7667	.64072	.14327	3.4668	4.0665	2.00	5.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	3.7140	.77805	.05865	3.5983	3.8298	2.00	5.00
	ปริญญาโท	123	3.7453	.78590	.07086	3.6050	3.8855	2.00	5.00
	ปริญญาเอก	6	3.2778	.53403	.21802	2.7174	3.8382	3.00	4.33
	Total	348	3.7155	.77619	.04161	3.6337	3.7974	2.00	5.00
	ด้านการต่ออายุสัญญา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.4667	.50553	.22608	2.8390	4.0944	3.00
มัธยมศึกษาตอนต้น		18	3.6296	.90668	.21371	3.1787	4.0805	2.00	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา		20	3.6500	.67082	.15000	3.3360	3.9640	2.00	5.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	176	3.6345	.78532	.05920	3.5176	3.7513	2.00	5.00
	ปริญญาโท	123	3.6802	.82360	.07426	3.5332	3.8272	2.00	5.00
	ปริญญาเอก	6	2.6667	.81650	.33333	1.8098	3.5235	2.00	4.00
	Total	348	3.6322	.80271	.04303	3.5476	3.7168	2.00	5.00

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเงื่อนไข	Between Groups	8.030	5	1.606	2.999	.012
	Within Groups	183.116	342	.535		
	Total	191.145	347			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	2.012	5	.402	1.639	.149
	Within Groups	83.983	342	.246		
	Total	85.995	347			
ด้านการจ่าย	Between Groups	1.811	5	.362	.598	.702
	Within Groups	207.247	342	.606		
	Total	209.058	347			
ด้านการต่ออายุสัญญา	Between Groups	6.021	5	1.204	1.893	.095
	Within Groups	217.565	342	.636		
	Total	223.586	347			

#### Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านเงื่อนไข	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.10370	.36991	.779	-.8313	.6239
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.33333	.36586	.363	-.3863	1.0530
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.12727	.33185	.702	-.7800	.5255
		ปริญญาโท	-.23469	.33382	.483	-.8913	.4219
		ปริญญาเอก	.48889	.44308	.271	-.3826	1.3604

มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.10370	.36991	.779	-.6239	.8313
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.43704	.23773	.067	-.0306	.9046
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.02357	.18107	.897	-.3797	.3326
	ปริญญาโท	-.13098	.18466	.479	-.4942	.2322
	ปริญญาเอก	.59259	.34494	.087	-.0859	1.2711
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.33333	.36586	.363	-1.0530	.3863
	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.43704	.23773	.067	-.9046	.0306
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	-.46061*	.17267	.008	-.8002	-.1210
	ปริญญาโท	-.56802*	.17642	.001	-.9150	-.2210
	ปริญญาเอก	.15556	.34060	.648	-.5144	.8255
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.12727	.33185	.702	-.5255	.7800
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.02357	.18107	.897	-.3326	.3797
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.46061*	.17267	.008	.1210	.8002
	ปริญญาโท	-.10742	.08600	.212	-.2766	.0617
	ปริญญาเอก	.61616*	.30378	.043	.0187	1.2137
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.23469	.33382	.483	-.4219	.8913
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.13098	.18466	.479	-.2322	.4942
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.56802*	.17642	.001	.2210	.9150
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.10742	.08600	.212	-.0617	.2766
	ปริญญาเอก	.72358*	.30593	.019	.1218	1.3253
ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.48889	.44308	.271	-1.3604	.3826
	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.59259	.34494	.087	-1.2711	.0859

		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.15556	.34060	.648	-.8255	.5144
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.61616*	.30378	.043	-1.2137	-.0187
		ปริญญาโท	-.72358*	.30593	.019	-1.3253	-.1218
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.18148	.25051	.469	-.6742	.3113
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.01667	.24777	.946	-.4707	.5040
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.23409	.22474	.298	-.6761	.2080
		ปริญญาโท	-.20271	.22607	.371	-.6474	.2420
		ปริญญาเอก	.13333	.30007	.657	-.4569	.7235
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.18148	.25051	.469	-.3113	.6742
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.19815	.16100	.219	-.1185	.5148
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.05261	.12263	.668	-.2938	.1886
		ปริญญาโท	-.02123	.12506	.865	-.2672	.2247
		ปริญญาเอก	.31481	.23360	.179	-.1447	.7743
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.01667	.24777	.946	-.5040	.4707
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.19815	.16100	.219	-.5148	.1185
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.25076*	.11693	.033	-.4808	-.0208
		ปริญญาโท	-.21938	.11948	.067	-.4544	.0156
		ปริญญาเอก	.11667	.23066	.613	-.3370	.5704
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.23409	.22474	.298	-.2080	.6761
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.05261	.12263	.668	-.1886	.2938
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.25076*	.11693	.033	.0208	.4808
		ปริญญาโท	.03138	.05824	.590	-.0832	.1459



		ปริญญาเอก	.36742	.20572	.075	-.0372	.7721
	ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.20271	.22607	.371	-.2420	.6474
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.02123	.12506	.865	-.2247	.2672
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.21938	.11948	.067	-.0156	.4544
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.03138	.05824	.590	-.1459	.0832
		ปริญญาเอก	.33604	.20718	.106	-.0715	.7436
	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.13333	.30007	.657	-.7235	.4569
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.31481	.23360	.179	-.7743	.1447
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.11667	.23066	.613	-.5704	.3370
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.36742	.20572	.075	-.7721	.0372
		ปริญญาโท	-.33604	.20718	.106	-.7436	.0715
ด้านการจ่าย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.30370	.39353	.441	-1.0777	.4703
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.36667	.38923	.347	-1.1322	.3989
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.31402	.35304	.374	-1.0084	.3804
		ปริญญาโท	-.34526	.35514	.332	-1.0438	.3533
		ปริญญาเอก	.12222	.47138	.796	-.8049	1.0494
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.30370	.39353	.441	-.4703	1.0777
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.06296	.25291	.804	-.5604	.4345
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.01031	.19264	.957	-.3892	.3686
		ปริญญาโท	-.04155	.19645	.833	-.4280	.3448
		ปริญญาเอก	.42593	.36697	.247	-.2959	1.1477

มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.36667	.38923	.347	-.3989	1.1322
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.06296	.25291	.804	-.4345	.5604
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.05265	.18369	.775	-.3087	.4140
	ปริญญาโท	.02141	.18769	.909	-.3478	.3906
	ปริญญาเอก	.48889	.36235	.178	-.2238	1.2016
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.31402	.35304	.374	-.3804	1.0084
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.01031	.19264	.957	-.3686	.3892
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.05265	.18369	.775	-.4140	.3087
	ปริญญาโท	-.03124	.09149	.733	-.2112	.1487
	ปริญญาเอก	.43624	.32317	.178	-.1994	1.0719
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	.34526	.35514	.332	-.3533	1.0438
	มัธยมศึกษาตอนต้น	.04155	.19645	.833	-.3448	.4280
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.02141	.18769	.909	-.3906	.3478
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.03124	.09149	.733	-.1487	.2112
	ปริญญาเอก	.46748	.32546	.152	-.1727	1.1076
ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.12222	.47138	.796	-1.0494	.8049
	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.42593	.36697	.247	-1.1477	.2959
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.48889	.36235	.178	-1.2016	.2238
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.43624	.32317	.178	-1.0719	.1994
	ปริญญาโท	-.46748	.32546	.152	-1.1076	.1727

ด้านการต่ออายุ สัญญา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	-.16296	.40320	.686	-.9560	.6301
		มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	-.18333	.39880	.646	-.9677	.6011
		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	-.16780	.36173	.643	-.8793	.5437
		ปริญญาโท	-.21355	.36387	.558	-.9293	.5022
		ปริญญาเอก	.80000	.48297	.099	-.1500	1.7500
	มัธยมศึกษาตอนต้น	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	.16296	.40320	.686	-.6301	.9560
		มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	-.02037	.25913	.937	-.5301	.4893
		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	-.00484	.19737	.980	-.3931	.3834
		ปริญญาโท	-.05059	.20128	.802	-.4465	.3453
		ปริญญาเอก	.96296*	.37599	.011	.2234	1.7025
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	.18333	.39880	.646	-.6011	.9677
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.02037	.25913	.937	-.4893	.5301
		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	.01553	.18821	.934	-.3547	.3857
		ปริญญาโท	-.03022	.19230	.875	-.4085	.3480
		ปริญญาเอก	.98333*	.37126	.008	.2531	1.7136
	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	.16780	.36173	.643	-.5437	.8793
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.00484	.19737	.980	-.3834	.3931
		มัธยมศึกษาตอน ปลาย/อาชีวศึกษา	-.01553	.18821	.934	-.3857	.3547
		ปริญญาโท	-.04575	.09374	.626	-.2301	.1386
		ปริญญาเอก	.96780*	.33112	.004	.3165	1.6191
ปริญญาโท		ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	.21355	.36387	.558	-.5022	.9293
		มัธยมศึกษาตอนต้น	.05059	.20128	.802	-.3453	.4465

		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	.03022	.19230	.875	-.3480	.4085
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.04575	.09374	.626	-.1386	.2301
		ปริญญาเอก	1.01355*	.33346	.003	.3577	1.6694
	ปริญญาเอก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-.80000	.48297	.099	-1.7500	.1500
		มัธยมศึกษาตอนต้น	-.96296*	.37599	.011	-1.7025	-.2234
		มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา	-.98333*	.37126	.008	-1.7136	-.2531
		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.96780*	.33112	.004	-1.6191	-.3165
		ปริญญาโท	-1.01355*	.33346	.003	-1.6694	-.3577

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### Oneway

#### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านเงื่อนไข	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.7847	.71398	.06717	3.6516	3.9177	2.00	5.00
	เกษตรกร	8	3.3333	.50395	.17817	2.9120	3.7546	3.00	4.33
	รับจ้าง	43	3.5814	.81680	.12456	3.3300	3.8328	2.00	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.4286	.71270	.26937	2.7694	4.0877	2.00	4.00
	เกษียณ	8	3.2917	.57563	.20352	2.8104	3.7729	2.33	4.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	4.5000	.33333	.16667	3.9696	5.0304	4.00	4.67
	ลูกจ้าง	92	3.8732	.76051	.07929	3.7157	4.0307	2.33	5.00
	อื่น ๆ	73	3.6073	.70567	.08259	3.4427	3.7720	2.00	5.00
	Total	348	3.7251	.74219	.03979	3.6468	3.8033	2.00	5.00

ด้านการให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.6726	.52134	.04904	3.5754	3.7697	2.33	4.67
	เกษตรกร	8	3.5417	.24801	.08768	3.3343	3.7490	3.33	4.00
	รับจ้าง	43	3.6589	.54184	.08263	3.4922	3.8257	2.33	4.67
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.5238	.26227	.09913	3.2813	3.7664	3.33	4.00
	เกษียณ	8	3.4583	.43416	.15350	3.0954	3.8213	2.67	4.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	3.4167	.16667	.08333	3.1515	3.6819	3.33	3.67
	ลูกจ้าง	92	3.7210	.48488	.05055	3.6206	3.8214	2.67	4.67
	อื่น ๆ	73	3.6393	.50538	.05915	3.5214	3.7572	2.67	5.00
	Total	348	3.6628	.49782	.02669	3.6103	3.7153	2.33	5.00
ด้านการจ่าย	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.6313	.81450	.07662	3.4795	3.7831	2.00	5.00
	เกษตรกร	8	3.8333	.61721	.21822	3.3173	4.3493	3.00	5.00
	รับจ้าง	43	3.8062	.68326	.10420	3.5959	4.0165	2.00	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.6667	.60858	.23002	3.1038	4.2295	2.67	4.33
	เกษียณ	8	3.7083	.89863	.31771	2.9571	4.4596	2.67	5.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	2.5833	.68718	.34359	1.4899	3.6768	2.00	3.33
	ลูกจ้าง	92	3.7609	.77873	.08119	3.5996	3.9221	2.00	5.00
	อื่น ๆ	73	3.7900	.75463	.08832	3.6139	3.9660	2.00	5.00
	Total	348	3.7155	.77619	.04161	3.6337	3.7974	2.00	5.00
ด้านการต่ออายุ สัญญา	ธุรกิจส่วนตัว	113	3.5428	.85472	.08041	3.3835	3.7021	2.00	5.00
	เกษตรกร	8	3.7083	.62836	.22216	3.1830	4.2337	3.00	4.67
	รับจ้าง	43	3.7364	.72578	.11068	3.5131	3.9598	2.00	5.00
	ว่างงาน/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	7	3.6667	.57735	.21822	3.1327	4.2006	2.67	4.00
	เกษียณ	8	3.7917	.87173	.30820	3.0629	4.5205	2.67	5.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4	2.3333	.66667	.33333	1.2725	3.3941	2.00	3.33

	ถูกจ้าง	92	3.6957	.76660	.07992	3.5369	3.8544	2.00	5.00
	อื่น ๆ	73	3.6712	.79833	.09344	3.4850	3.8575	2.00	5.00
	Total	348	3.6322	.80271	.04303	3.5476	3.7168	2.00	5.00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเงื่อนไข	Between Groups	10.067	7	1.438	2.700	.010
	Within Groups	181.078	340	.533		
	Total	191.145	347			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	1.193	7	.170	.683	.686
	Within Groups	84.802	340	.249		
	Total	85.995	347			
ด้านการจ่าย	Between Groups	7.005	7	1.001	1.684	.112
	Within Groups	202.054	340	.594		
	Total	209.058	347			
ด้านการต่ออายุสัญญา	Between Groups	8.859	7	1.266	2.004	.054
	Within Groups	214.727	340	.632		
	Total	223.586	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านเงื่อนไข	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.45133	.26699	.092	-.0738	.9765
		รับจ้าง	.20327	.13076	.121	-.0539	.4605
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.35609	.28425	.211	-.2030	.9152
		เกษียณ	.49299	.26699	.066	-.0322	1.0182
		นักเรียน/นักศึกษา	-.71534	.37129	.055	-1.4457	.0150

		ลูกจ้าง	-0.8853	.10248	.388	-.2901	.1130
		อื่น ๆ	.17735	.10958	.106	-.0382	.3929
	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	-.45133	.26699	.092	-.9765	.0738
		รับจ้าง	-.24806	.28100	.378	-.8008	.3046
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.09524	.37770	.801	-.8382	.6477
		เกษียณ	.04167	.36489	.909	-.6761	.7594
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.16667*	.44690	.009	-2.0457	-.2876
		ลูกจ้าง	-.53986*	.26900	.046	-1.0690	-.0107
		อื่น ๆ	-.27397	.27179	.314	-.8086	.2606
		รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	-.20327	.13076	.121	-.4605
	เกษตรกร		.24806	.28100	.378	-.3046	.8008
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		.15282	.29744	.608	-.4322	.7379
	เกษียณ		.28973	.28100	.303	-.2630	.8424
	นักเรียน/นักศึกษา		-.91860*	.38149	.017	-1.6690	-.1682
	ลูกจ้าง		-.29179*	.13481	.031	-.5570	-.0266
อื่น ๆ	-.02591		.14029	.854	-.3019	.2500	
ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	เกษตรกร		ธุรกิจส่วนตัว	-.35609	.28425	.211	-.9152
		เกษตรกร	.09524	.37770	.801	-.6477	.8382
		รับจ้าง	-.15282	.29744	.608	-.7379	.4322
		เกษียณ	.13690	.37770	.717	-.6060	.8798
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.07143*	.45742	.020	-1.9711	-.1717
		ลูกจ้าง	-.44462	.28613	.121	-1.0074	.1182
		อื่น ๆ	-.17873	.28875	.536	-.7467	.3892
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	-.49299	.26699	.066	-1.0182	.0322
		เกษตรกร	-.04167	.36489	.909	-.7594	.6761
		รับจ้าง	-.28973	.28100	.303	-.8424	.2630
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.13690	.37770	.717	-.8798	.6060
		นักเรียน/นักศึกษา	-1.20833*	.44690	.007	-2.0874	-.3293
		ลูกจ้าง	-.58152*	.26900	.031	-1.1106	-.0524



		อื่น ๆ	-.31564	.27179	.246	-.8502	.2190
	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	.71534	.37129	.055	-.0150	1.4457
		เกษตรกร	1.16667*	.44690	.009	.2876	2.0457
		รับจ้าง	.91860*	.38149	.017	.1682	1.6690
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	1.07143*	.45742	.020	.1717	1.9711
		เกษียณ	1.20833*	.44690	.007	.3293	2.0874
		ลูกจ้าง	.62681	.37274	.094	-.1064	1.3600
		อื่น ๆ	.89269*	.37475	.018	.1556	1.6298
	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.08853	.10248	.388	-.1130	.2901
		เกษตรกร	.53986*	.26900	.046	.0107	1.0690
		รับจ้าง	.29179*	.13481	.031	.0266	.5570
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.44462	.28613	.121	-.1182	1.0074
		เกษียณ	.58152*	.26900	.031	.0524	1.1106
		นักเรียน/นักศึกษา	-.62681	.37274	.094	-1.3600	.1064
		อื่น ๆ	.26588*	.11439	.021	.0409	.4909
	อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.17735	.10958	.106	-.3929	.0382
		เกษตรกร	.27397	.27179	.314	-.2606	.8086
		รับจ้าง	.02591	.14029	.854	-.2500	.3019
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.17873	.28875	.536	-.3892	.7467
		เกษียณ	.31564	.27179	.246	-.2190	.8502
		นักเรียน/นักศึกษา	-.89269*	.37475	.018	-1.6298	-.1556
		ลูกจ้าง	-.26588*	.11439	.021	-.4909	-.0409
ด้านการ ให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	.13090	.18271	.474	-.2285	.4903
		รับจ้าง	.01365	.08949	.879	-.1624	.1897
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.14876	.19452	.445	-.2339	.5314
		เกษียณ	.21423	.18271	.242	-.1452	.5736
		นักเรียน/นักศึกษา	.25590	.25409	.315	-.2439	.7557
		ลูกจ้าง	-.04845	.07013	.490	-.1864	.0895

		อื่น ๆ	.03330	.07499	.657	-.1142	.1808
เกษตรกร		ธุรกิจส่วนตัว	-.13090	.18271	.474	-.4903	.2285
		รับจ้าง	-.11725	.19230	.542	-.4955	.2610
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.01786	.25847	.945	-.4906	.5263
		เกษียณ	.08333	.24971	.739	-.4078	.5745
		นักเรียน/นักศึกษา	.12500	.30583	.683	-.4766	.7266
		ลูกจ้าง	-.17935	.18409	.331	-.5414	.1827
		อื่น ๆ	-.09760	.18599	.600	-.4634	.2682
รับจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว	-.01365	.08949	.879	-.1897	.1624
		เกษตรกร	.11725	.19230	.542	-.2610	.4955
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.13511	.20355	.507	-.2653	.5355
		เกษียณ	.20058	.19230	.298	-.1777	.5788
		นักเรียน/นักศึกษา	.24225	.26106	.354	-.2713	.7558
		ลูกจ้าง	-.06210	.09226	.501	-.2436	.1194
		อื่น ๆ	.01965	.09601	.838	-.1692	.2085
ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		ธุรกิจส่วนตัว	-.14876	.19452	.445	-.5314	.2339
		เกษตรกร	-.01786	.25847	.945	-.5263	.4906
		รับจ้าง	-.13511	.20355	.507	-.5355	.2653
		เกษียณ	.06548	.25847	.800	-.4429	.5739
		นักเรียน/นักศึกษา	.10714	.31303	.732	-.5086	.7229
		ลูกจ้าง	-.19720	.19581	.315	-.5824	.1879
		อื่น ๆ	-.11546	.19760	.559	-.5041	.2732
เกษียณ		ธุรกิจส่วนตัว	-.21423	.18271	.242	-.5736	.1452
		เกษตรกร	-.08333	.24971	.739	-.5745	.4078
		รับจ้าง	-.20058	.19230	.298	-.5788	.1777
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-.06548	.25847	.800	-.5739	.4429
		นักเรียน/นักศึกษา	.04167	.30583	.892	-.5599	.6432
		ลูกจ้าง	-.26268	.18409	.155	-.6248	.0994
		อื่น ๆ	-.18094	.18599	.331	-.5468	.1849

	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	-25590	.25409	.315	-.7557	.2439
		เกษตรกร	-12500	.30583	.683	-.7266	.4766
		รับจ้าง	-24225	.26106	.354	-.7558	.2713
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-10714	.31303	.732	-.7229	.5086
		เกษียณ	-04167	.30583	.892	-.6432	.5599
		ลูกจ้าง	-30435	.25508	.234	-.8061	.1974
		อื่น ๆ	-22260	.25646	.386	-.7270	.2818
	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.04845	.07013	.490	-.0895	.1864
		เกษตรกร	.17935	.18409	.331	-.1827	.5414
		รับจ้าง	.06210	.09226	.501	-.1194	.2436
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.19720	.19581	.315	-.1879	.5824
		เกษียณ	.26268	.18409	.155	-.0994	.6248
		นักเรียน/นักศึกษา	.30435	.25508	.234	-.1974	.8061
		อื่น ๆ	.08175	.07828	.297	-.0722	.2357
	อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว	-.03330	.07499	.657	-.1808	.1142
		เกษตรกร	.09760	.18599	.600	-.2682	.4634
		รับจ้าง	-.01965	.09601	.838	-.2085	.1692
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.11546	.19760	.559	-.2732	.5041
		เกษียณ	.18094	.18599	.331	-.1849	.5468
		นักเรียน/นักศึกษา	.22260	.25646	.386	-.2818	.7270
		ลูกจ้าง	-.08175	.07828	.297	-.2357	.0722
ด้านการจ่าย	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	-20206	.28203	.474	-.7568	.3527
		รับจ้าง	-17493	.13813	.206	-.4466	.0968
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-03540	.30026	.906	-.6260	.5552
		เกษียณ	-07706	.28203	.785	-.6318	.4777
		นักเรียน/นักศึกษา	1.04794*	.39221	.008	.2765	1.8194
		ลูกจ้าง	-12960	.10825	.232	-.3425	.0833
		อื่น ๆ	-15869	.11576	.171	-.3864	.0690

	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	.20206	.28203	.474	-.3527	.7568
		รับจ้าง	.02713	.29682	.927	-.5567	.6110
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.16667	.39897	.676	-.6181	.9514
		เกษียณ	.12500	.38545	.746	-.6332	.8832
		นักเรียน/นักศึกษา	1.25000*	.47207	.008	.3214	2.1786
		ลูกจ้าง	.07246	.28415	.799	-.4865	.6314
		อื่น ๆ	.04338	.28710	.880	-.5213	.6081
	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.17493	.13813	.206	-.0968	.4466
		เกษตรกร	-.02713	.29682	.927	-.6110	.5567
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.13953	.31419	.657	-.4785	.7575
		เกษียณ	.09787	.29682	.742	-.4860	.6817
		นักเรียน/นักศึกษา	1.22287*	.40298	.003	.4302	2.0155
		ลูกจ้าง	.04533	.14241	.750	-.2348	.3254
		อื่น ๆ	.01625	.14819	.913	-.2752	.3077
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	.03540	.30026	.906	-.5552	.6260
		เกษตรกร	-.16667	.39897	.676	-.9514	.6181
		รับจ้าง	-.13953	.31419	.657	-.7575	.4785
		เกษียณ	-.04167	.39897	.917	-.8264	.7431
		นักเรียน/นักศึกษา	1.08333*	.48318	.026	.1329	2.0337
		ลูกจ้าง	-.09420	.30225	.755	-.6887	.5003
		อื่น ๆ	-.12329	.30502	.686	-.7233	.4767
	เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	.07706	.28203	.785	-.4777	.6318
		เกษตรกร	-.12500	.38545	.746	-.8832	.6332
		รับจ้าง	-.09787	.29682	.742	-.6817	.4860
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.04167	.39897	.917	-.7431	.8264
		นักเรียน/นักศึกษา	1.12500*	.47207	.018	.1964	2.0536
		ลูกจ้าง	-.05254	.28415	.853	-.6115	.5064
อื่น ๆ		-.08162	.28710	.776	-.6463	.4831	
นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	-1.04794*	.39221	.008	-1.8194	-.2765	

		เกษตรกร	-1.25000*	.47207	.008	-2.1786	-.3214
		รับจ้าง	-1.22287*	.40298	.003	-2.0155	-.4302
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-1.08333*	.48318	.026	-2.0337	-.1329
		เกษียณ	-1.12500*	.47207	.018	-2.0536	-.1964
		ลูกจ้าง	-1.17754*	.39374	.003	-1.9520	-.4031
		อื่น ๆ	-1.20662*	.39587	.002	-1.9853	-.4280
	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.12960	.10825	.232	-.0833	.3425
		เกษตรกร	-.07246	.28415	.799	-.6314	.4865
		รับจ้าง	-.04533	.14241	.750	-.3254	.2348
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.09420	.30225	.755	-.5003	.6887
		เกษียณ	.05254	.28415	.853	-.5064	.6115
		นักเรียน/นักศึกษา	1.17754*	.39374	.003	.4031	1.9520
		อื่น ๆ	-.02908	.12083	.810	-.2668	.2086
	อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว	.15869	.11576	.171	-.0690	.3864
		เกษตรกร	-.04338	.28710	.880	-.6081	.5213
		รับจ้าง	-.01625	.14819	.913	-.3077	.2752
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.12329	.30502	.686	-.4767	.7233
		เกษียณ	.08162	.28710	.776	-.4831	.6463
		นักเรียน/นักศึกษา	1.20662*	.39587	.002	.4280	1.9853
		ลูกจ้าง	.02908	.12083	.810	-.2086	.2668
	ด้านการต่ออายุ สัญญา	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	-.16556	.29075	.569	-.7374
รับจ้าง			-.19366	.14239	.175	-.4737	.0864
ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน			-.12389	.30953	.689	-.7327	.4849
เกษียณ			-.24889	.29075	.393	-.8208	.3230
นักเรียน/นักศึกษา			1.20944*	.40432	.003	.4142	2.0047
ลูกจ้าง			-.15288	.11160	.172	-.3724	.0666
อื่น ๆ			-.12846	.11933	.282	-.3632	.1063

	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	.16556	.29075	.569	-.4063	.7374
		รับจ้าง	-.02810	.30599	.927	-.6300	.5738
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.04167	.41130	.919	-.7673	.8507
		เกษียณ	-.08333	.39735	.834	-.8649	.6982
		นักเรียน/นักศึกษา	1.37500*	.48665	.005	.4178	2.3322
		ลูกจ้าง	.01268	.29293	.965	-.5635	.5889
		อื่น ๆ	.03710	.29596	.900	-.5451	.6193
	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.19366	.14239	.175	-.0864	.4737
		เกษตรกร	.02810	.30599	.927	-.5738	.6300
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.06977	.32390	.830	-.5673	.7069
		เกษียณ	-.05523	.30599	.857	-.6571	.5466
		นักเรียน/นักศึกษา	1.40310*	.41542	.001	.5860	2.2202
		ลูกจ้าง	.04078	.14681	.781	-.2480	.3295
		อื่น ๆ	.06520	.15277	.670	-.2353	.3657
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	.12389	.30953	.689	-.4849	.7327
		เกษตรกร	-.04167	.41130	.919	-.8507	.7673
		รับจ้าง	-.06977	.32390	.830	-.7069	.5673
		เกษียณ	-.12500	.41130	.761	-.9340	.6840
		นักเรียน/นักศึกษา	1.33333*	.49811	.008	.3536	2.3131
		ลูกจ้าง	-.02899	.31159	.926	-.6419	.5839
		อื่น ๆ	-.00457	.31444	.988	-.6231	.6139
เกษียณ	ธุรกิจส่วนตัว	.24889	.29075	.393	-.3230	.8208	
	เกษตรกร	.08333	.39735	.834	-.6982	.8649	
	รับจ้าง	.05523	.30599	.857	-.5466	.6571	
	ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.12500	.41130	.761	-.6840	.9340	
	นักเรียน/นักศึกษา	1.45833*	.48665	.003	.5011	2.4156	
	ลูกจ้าง	.09601	.29293	.743	-.4802	.6722	
	อื่น ๆ	.12043	.29596	.684	-.4617	.7026	

	นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	-1.20944*	.40432	.003	-2.0047	-.4142
		เกษตรกร	-1.37500*	.48665	.005	-2.3322	-.4178
		รับจ้าง	-1.40310*	.41542	.001	-2.2202	-.5860
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	-1.33333*	.49811	.008	-2.3131	-.3536
		เกษียณ	-1.45833*	.48665	.003	-2.4156	-.5011
		ลูกจ้าง	-1.36232*	.40590	.001	-2.1607	-.5639
		อื่น ๆ	-1.33790*	.40809	.001	-2.1406	-.5352
	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	.15288	.11160	.172	-.0666	.3724
		เกษตรกร	-.01268	.29293	.965	-.5889	.5635
		รับจ้าง	-.04078	.14681	.781	-.3295	.2480
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.02899	.31159	.926	-.5839	.6419
		เกษียณ	-.09601	.29293	.743	-.6722	.4802
		นักเรียน/นักศึกษา	1.36232*	.40590	.001	.5639	2.1607
		อื่น ๆ	.02442	.12456	.845	-.2206	.2694
	อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว	.12846	.11933	.282	-.1063	.3632
		เกษตรกร	-.03710	.29596	.900	-.6193	.5451
		รับจ้าง	-.06520	.15277	.670	-.3657	.2353
		ว่างงาน/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	.00457	.31444	.988	-.6139	.6231
		เกษียณ	-.12043	.29596	.684	-.7026	.4617
		นักเรียน/นักศึกษา	1.33790*	.40809	.001	.5352	2.1406
		ลูกจ้าง	-.02442	.12456	.845	-.2694	.2206
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

ONEWAY ด้านเงื่อนไข ด้านการให้บริการ ด้านการจ่าย ด้านการต่ออายุสัญญา BY สถานภาพ

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05)



## Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ด้านเงื่อนไข	โสด	170	3.7275	.76638	.05878	3.6114	3.8435	2.00	5.00
	สมรส	164	3.7256	.74301	.05802	3.6110	3.8402	2.00	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.6905	.38038	.10166	3.4709	3.9101	3.00	4.00
	Total	348	3.7251	.74219	.03979	3.6468	3.8033	2.00	5.00
ด้านการให้บริการ	โสด	170	3.6353	.49354	.03785	3.5606	3.7100	2.33	4.67
	สมรส	164	3.6850	.51858	.04049	3.6050	3.7649	2.33	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.7381	.23310	.06230	3.6035	3.8727	3.33	4.00
	Total	348	3.6628	.49782	.02669	3.6103	3.7153	2.33	5.00
ด้านการจ่าย	โสด	170	3.6706	.77857	.05971	3.5527	3.7885	2.00	5.00
	สมรส	164	3.7724	.78043	.06094	3.6520	3.8927	2.00	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.5952	.69404	.18549	3.1945	3.9960	2.67	4.67
	Total	348	3.7155	.77619	.04161	3.6337	3.7974	2.00	5.00
ด้านการต่ออายุสัญญา	โสด	170	3.5882	.81914	.06283	3.4642	3.7123	2.00	5.00
	สมรส	164	3.6870	.80277	.06269	3.5632	3.8108	2.00	5.00
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	14	3.5238	.56560	.15116	3.1972	3.8504	2.67	4.33
	Total	348	3.6322	.80271	.04303	3.5476	3.7168	2.00	5.00

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเงื่อนไข	Between Groups	.018	2	.009	.016	.984
	Within Groups	191.128	345	.554		
	Total	191.145	347			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	.289	2	.144	.581	.560
	Within Groups	85.706	345	.248		
	Total	85.995	347			
ด้านการจ่าย	Between Groups	1.076	2	.538	.892	.411
	Within Groups	207.983	345	.603		
	Total	209.058	347			
ด้านการต่ออายุสัญญา	Between Groups	.985	2	.493	.764	.467
	Within Groups	222.601	345	.645		
	Total	223.586	347			

### Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านเงื่อนไข	โสด	สมรส	.00184	.08147	.982	-.1584	.1621
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.03697	.20695	.858	-.3701	.4440
	สมรส	โสด	-.00184	.08147	.982	-.1621	.1584
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.03513	.20724	.865	-.3725	.4427
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.03697	.20695	.858	-.4440	.3701
		สมรส	-.03513	.20724	.865	-.4427	.3725

ด้านการให้บริการ	โสด	สมรส	-.04967	.05455	.363	-.1570	.0576
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.10280	.13859	.459	-.3754	.1698
	สมรส	โสด	.04967	.05455	.363	-.0576	.1570
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	-.05314	.13878	.702	-.3261	.2198
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	.10280	.13859	.459	-.1698	.3754
		สมรส	.05314	.13878	.702	-.2198	.3261
ด้านการจ่าย	โสด	สมรส	-.10177	.08498	.232	-.2689	.0654
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.07535	.21589	.727	-.3493	.5000
	สมรส	โสด	.10177	.08498	.232	-.0654	.2689
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.17712	.21619	.413	-.2481	.6023
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.07535	.21589	.727	-.5000	.3493
		สมรส	-.17712	.21619	.413	-.6023	.2481
ด้านการต่ออายุสัญญา	โสด	สมรส	-.09876	.08792	.262	-.2717	.0742
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.06443	.22334	.773	-.3749	.5037
	สมรส	โสด	.09876	.08792	.262	-.0742	.2717
		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	.16318	.22365	.466	-.2767	.6031
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.06443	.22334	.773	-.5037	.3749
		สมรส	-.16318	.22365	.466	-.6031	.2767

## Oneway

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
						ด้านเงินไข	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน		
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.5812	.76624	.08676	3.4084	3.7540	2.00	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.9542	.67666	.09475	3.7639	4.1446	2.00	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.7447	.72882	.06138	3.6233	3.8660	2.00	5.00
	Total	348	3.7251	.74219	.03979	3.6468	3.8033	2.00	5.00
ด้านการให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.6111	.52476	.05942	3.4928	3.7294	2.33	4.67
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.6197	.51169	.05794	3.5043	3.7350	2.67	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.7712	.43456	.06085	3.6490	3.8935	3.00	4.67
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.6761	.49432	.04163	3.5938	3.7584	2.33	4.67
	Total	348	3.6628	.49782	.02669	3.6103	3.7153	2.33	5.00
ด้านการจ่าย	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.7009	.85380	.09667	3.5084	3.8934	2.00	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.8205	.74379	.08422	3.6528	3.9882	2.00	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.6797	.67646	.09472	3.4895	3.8700	2.00	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.6785	.78519	.06613	3.5478	3.8092	2.00	5.00

	Total	348	3.7155	.77619	.04161	3.6337	3.7974	2.00	5.00
ด้านการต่ออายุสัญญา	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	78	3.6068	.86913	.09841	3.4109	3.8028	2.00	5.00
	20,000-30,000 บาท/เดือน	78	3.7393	.71804	.08130	3.5774	3.9012	2.00	5.00
	30,001-40,000 บาท/เดือน	51	3.6536	.73018	.10225	3.4482	3.8590	2.00	5.00
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	141	3.5792	.83537	.07035	3.4401	3.7183	2.00	5.00
	Total	348	3.6322	.80271	.04303	3.5476	3.7168	2.00	5.00

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเงื่อนไข	Between Groups	4.481	3	1.494	2.752	.043
	Within Groups	186.665	344	.543		
	Total	191.145	347			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	.978	3	.326	1.320	.268
	Within Groups	85.017	344	.247		
	Total	85.995	347			
ด้านการจ่าย	Between Groups	1.135	3	.378	.626	.599
	Within Groups	207.923	344	.604		
	Total	209.058	347			
ด้านการต่ออายุสัญญา	Between Groups	1.365	3	.455	.704	.550
	Within Groups	222.222	344	.646		
	Total	223.586	347			

## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้ต่อเดือน	(J) รายได้ต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านเงินไป	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	.10256	.11796	.385	-.1294	.3346
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.27049*	.13265	.042	-.5314	-.0096
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.06092	.10395	.558	-.2654	.1435
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.10256	.11796	.385	-.3346	.1294
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.37305*	.13265	.005	-.6340	-.1121
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.16348	.10395	.117	-.3679	.0410
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.27049*	.13265	.042	.0096	.5314
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.37305*	.13265	.005	.1121	.6340
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.20957	.12037	.083	-.0272	.4463
มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.06092	.10395	.558	-.1435	.2654	
	20,000-30,000 บาท/เดือน	.16348	.10395	.117	-.0410	.3679	
	30,001-40,000 บาท/เดือน	-.20957	.12037	.083	-.4463	.0272	

ด้านการ ให้บริการ	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	-.00855	.07960	.915	-.1651	.1480
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.16013	.08952	.075	-.3362	.0160
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.06501	.07015	.355	-.2030	.0730
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.00855	.07960	.915	-.1480	.1651
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.15158	.08952	.091	-.3277	.0245
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	-.05646	.07015	.421	-.1944	.0815
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.16013	.08952	.075	-.0160	.3362
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.15158	.08952	.091	-.0245	.3277
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.09512	.08123	.242	-.0647	.2549
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.06501	.07015	.355	-.0730	.2030
		20,000-30,000 บาท/เดือน	.05646	.07015	.421	-.0815	.1944
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.09512	.08123	.242	-.2549	.0647
ด้านการจ่าย	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	-.11966	.12449	.337	-.3645	.1252
		30,001-40,000 บาท/เดือน	.02112	.14000	.880	-.2543	.2965
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.02237	.10971	.839	-.1934	.2382



	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.11966	.12449	.337	-.1252	.3645
		30,001-40,000 บาท/เดือน	.14077	.14000	.315	-.1346	.4161
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.14203	.10971	.196	-.0738	.3578
	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.02112	.14000	.880	-.2965	.2543
		20,000-30,000 บาท/เดือน	-.14077	.14000	.315	-.4161	.1346
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.00125	.12704	.992	-.2486	.2511
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.02237	.10971	.839	-.2382	.1934
		20,000-30,000 บาท/เดือน	-.14203	.10971	.196	-.3578	.0738
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.00125	.12704	.992	-.2511	.2486
ด้านการต่ออายุสัญญา	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	20,000-30,000 บาท/เดือน	-.13248	.12870	.304	-.3856	.1207
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.04676	.14474	.747	-.3314	.2379
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.02764	.11342	.808	-.1954	.2507
	20,000-30,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.13248	.12870	.304	-.1207	.3856
		30,001-40,000 บาท/เดือน	.08572	.14474	.554	-.1990	.3704
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.16012	.11342	.159	-.0630	.3832

	30,001-40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	.04676	.14474	.747	-.2379	.3314
		20,000-30,000 บาท/เดือน	-.08572	.14474	.554	-.3704	.1990
		มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	.07440	.13133	.571	-.1839	.3327
	มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน	-.02764	.11342	.808	-.2507	.1954
		20,000-30,000 บาท/เดือน	-.16012	.11342	.159	-.3832	.0630
		30,001-40,000 บาท/เดือน	-.07440	.13133	.571	-.3327	.1839
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางสาวพุทธภรณ์ วงศ์รอด
วัน เดือน ปีเกิด	06 เมษายน 2513
ประวัติการศึกษา	โรงเรียนวัดนาหมอนบุญ ปี 2524 มัธยมศึกษา โรงเรียนชะอวดวิทยา ปี 2530 วทบ. วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี 2536 นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปี 2562
สถานที่ทำงาน	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ประกันภัย (คปภ.) เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการภาคอาวุโส สำนักงาน คปภ. ภาค 6 (ชลบุรี) สายส่งเสริมและประกันภัยภูมิภาค

