

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

AN ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR TOWARD CAR INSURANCE IN BANGKOK

ณัฐกฤตา ปานเพชร¹

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโครงสร้างธุรกิจประกันภัยรถยนต์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้บริโภคที่ใช้บริการการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ค่า สถิติที่ใช้ดัชนีสัดส่วนการกระจุกตัว สัมประสิทธิ์จিনি และใช้แบบจำลองโลจิก ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการศึกษาดัชนีวัดการกระจุกตัวด้วย สัดส่วนการกระจุกตัวของตลาด โดยใช้รายได้ของบริษัทเป็นตัววัด ได้ข้อสรุปว่าตลาดธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีการแข่งขันน้อย และโครงสร้างตลาดจะมีลักษณะเหมือนกับตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย การกระจุกตัวของรายได้รวมของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์อยู่กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งให้ผลสอดคล้องกับดัชนีสัดส่วนวัดการกระจุกตัว จึงยืนยันว่าตลาดธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีการแข่งขันน้อย และ 2) ปัจจัยรายได้ ผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุ ผู้ที่มีพฤติกรรมขับรถเร็ว มูลค่ารถยนต์

และอายุของรถยนต์ต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, การประกภัยรถยนต์, ผู้บริโภค

Abstract

The aim of this research was to investigate the business structure of car insurance and factors influenced on decision of car insurance service selection. The subject of this research was 400 people who used the service of car insurance in Bangkok that implemented by the multi-stage sampling method and research instrument employed in the study was questionnaire of statistical analysis of concentration ratio, Gini coefficient, and logit model. The study revealed that 1) the result that used the method of market concentration ratio and company's income was used as the measurement, it

¹นักศึกษานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

showed that there was less competition in car insurance market and the market structure was no many manufactures as well as the concentration of the gross income for car insurance industry was in large companies, the result was conformed to the concentration ratio. Therefore, it could be assured that the competition of car insurance market was less and 2) the significance of income factor, drivers who used to get accident, fast behavior drivers, car value, and car using duration for car insurance was statistically at the .01 level.

Keywords: Consumer behavior, Car insurance, Consumer

บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งใช้ในการเดินทางสัญจรในชีวิตประจำวัน รวมถึงการคมนาคมขนส่งเพื่อการพาณิชย์ เนื่องจากการเดินทางโดยรถยนต์มีความสะดวก รวดเร็ว และใช้ต้นทุนต่ำ และสามารถเชื่อมต่อได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (กิตติศักดิ์ เพ็ชรวงษ์, 2556) ทำให้จำนวนรถยนต์บนท้องถนนในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี และยังคงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สิปปวิชัย วงศ์สุวรรณ, 2555) ซึ่งการที่รถยนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดปัญหา

การจราจรติดขัด และเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนมากขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้เกิดความเสียหายอย่างมากต่อผู้ที่ประสบอุบัติเหตุและความเสียหายในเชิงเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสียหายที่จะเกิด จึงได้มีการกำหนดให้ผู้ครอบครองรถยนต์ทุกคนต้องทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือที่เรียกว่าประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับที่จะให้ความคุ้มครองในด้านชีวิตและทรัพย์สินผู้ประสบภัยจากรถทุกคน (พันธ์ทิพย์ ทองคำ, 2556) โดยบริษัทผู้รับประกันภัยจ่ายค่ารักษาพยาบาล และค่าสินไหมทดแทนตามวงเงินคุ้มครองที่ระบุไว้ตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ซึ่งมีการจำกัดวงเงินในจำนวนที่ไม่สูงมากนัก (Engel, J.F., Kollat, D.T. & Blackwell, R.D 1968) เมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นจริง ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจมากกว่าที่ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับจะชดใช้ได้ ทำให้ผู้ประสบภัยจะต้องรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นเองในส่วนที่เกินกว่าประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับรับผิดชอบได้ จึงทำให้มีการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเพิ่มขึ้นมา ซึ่งการประกันแบบนี้ไม่ได้มีกฎหมายบังคับให้ต้องทำทุกคน เป็นการทำประกันภัยรถยนต์แบบสมัครใจที่เพิ่มจา ภาคบังคับ เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นจากรถยนต์ที่เกินจากความรับผิดชอบของประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (Weber, Max. 1966) โดยครอบคลุมประเภทของภัยและชดเชยความเสียหายมากขึ้น ส่งผลให้การทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีความสำคัญอย่างมากต่อเจ้าของและผู้ครอบครองรถยนต์ เนื่องจากจะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายจากความเสียหายที่เกิดขึ้น

รวมถึงทำให้ผู้ขับขีมีเชื่อมั่นว่าหากเกิดอุบัติเหตุจะมีบริษัทประกันภัยที่ช่วยเหลือและแบกรับภาระแทน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย 2558)

อุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์เติบโตควบคู่กับการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์มาโดยตลอดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2554-2555 อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์อยู่ในระดับที่สูงมากเนื่องจากมีโครงการจากรัฐบาลรถยนต์คันแรกและผู้ซื้อรถคันแรกจะได้คืนภาษีคันละ 1 แสนบาท ทำให้มีการซื้อรถยนต์กันมาก อุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ถาวร สถิตวิวัฒน์, 2556) และมีแนวโน้มของการแข่งขันกันสูงขึ้นเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ของไทยต้องเตรียมพร้อมการเข้าสู่การเปิดเสรีสาขาประกันภัยตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) (พนิดา ละเอียต, 2556) รวมทั้งการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่รวดเร็วทำให้ระยะเวลาต่อไปข้างหน้าประกันภัยไทยจึงต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทั้งจากคู่แข่งหน้าใหม่ ๆ จากภายในและภายนอกประเทศ (พงศศรันย์ พลศรีเลิศ 2555)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ของไทยเพื่อสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้เป็น

แนวทางในการวางแผนนโยบายวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันอันจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อคู่แข่งรวมถึงผลกำไรในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นและพัฒนาอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์อย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งการเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อเป็นผู้นำทางอุตสาหกรรมประกันภัยชั้นนำในอาเซียนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันภัยรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเฉพาะประกันรายบุคคล ทุกประเภทของประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจทุกประเภท โดยเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2559 ถึงเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2559 โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัทเกี่ยวข้องกับประกันภัยรถยนต์สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการวางแผน กลยุทธ์ของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางบริษัทเกี่ยวข้องกับประกันภัยรถยนต์มีนโยบายที่จะขับเคลื่อนกลยุทธ์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็นบริษัทเกี่ยวข้องกับประกันภัยรถยนต์ครบวงจร

2. ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการการประกันภัยรถยนต์ เพื่อให้ มีประสิทธิภาพมากที่สุด และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการการประกันภัยรถยนต์หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้บริการประกันภัย รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น ซึ่งการเลือกตัดสินใจเลือกบริการประกันภัย เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

การประกันภัยรถยนต์หมายถึง การประกันภัยเพื่อคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์โดยบริษัทประกันภัยตกลงรับเสี่ยงภัยแทนผู้เอาประกันภัยซึ่งอาจเป็นเจ้าของ ผู้ครอบครอง หรือผู้มีส่วนได้เสียในรถยนต์คันที่เอาประกันภัยเพื่อความเสียหายหรือสูญหายของตัวรถยนต์หรือความรับผิดชอบบุคคลภายนอกอันเนื่องมาจากการใช้รถยนต์ การประกันภัยรถยนต์แบ่งออกเป็น

2 ประเภท ได้แก่ การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ และการประกันภัยภาคสมัครใจ

ค่าสินไหมทดแทนหมายถึงจำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยสามารถเรียกร้องได้จากบริษัทประกันภัยภายหลังจากเกิดอุบัติเหตุภายใต้เงื่อนไขและความคุ้มครองที่ระบุไว้ในตารางกรมธรรม์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่งความสัมพันธ์ในทางลบกับราคากล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องการซื้อสินค้านั้นน้อยลง และตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้าลดลงผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องการซื้อสินค้านั้นมากขึ้นการปรับตัวเช่นนี้ถือเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้อุปสงค์ในการใช้บริการวินาศภัย ถือเป็นการใช้มูลค่าเบี้ยประกันภัยที่ผู้บริโภคใช้บริโภคสินค้านั้นเอง การที่ผู้บริโภคจะได้รับความพึงพอใจสูงสุดนั้นก็ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าบริการ และรายได้ และการตัดสินใจในการบริโภคนั้นจะบริโภคเพื่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด และต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของปัจจัยภายนอกของรายได้หรืองบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้บริโภครู้ที่ใช้บริการการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ข้อมูลการประกันภัยรถยนต์เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559

กลุ่มตัวอย่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณจากสูตรต้องมีค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99.9591 (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2555:14) จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้นคือปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ปัจจัยเกี่ยวกับรถยนต์ที่ใช้ ได้แก่ อายุรถยนต์ มูลค่ารถยนต์ และปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ ได้แก่ การเคยประสบอุบัติเหตุ และความเร็วเฉลี่ยในการขับรถ

ตัวแปรตามได้แก่การตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งข้อมูล การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้

บริโภคที่มีต่อการประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูล ค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ของไทย และข้อมูลส่วนแบ่งตลาดเบี้ยประกันภัยรถยนต์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษา โครงสร้าง อุตสาหกรรม ประกันภัยรถยนต์ โดยการคำนวณหาค่า (1) สัมประสิทธิ์จีนิ (Gini Coefficient) (2) ดัชนีสัดส่วนการกระจุกตัวของธุรกิจ (concentration ratio) การศึกษาอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยอาศัยการสร้างแบบจำลองโลจิก (Logit Model) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร สมการโลจิกที่ใช้ในการศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองโลจิต (Logit Model) จะมีรูปแบบทั่วไปในรูปของฟังก์ชันโลจิสติก (Logistic Function) ดังแสดงในดังสมการ

$$\ln(P_i/(1-P_i)) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{14} X_{14}$$

โดยที่

P_i คือ ความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์

- X_1 คือ เพศ (ชาย = 1, หญิง = 0)
 X_2 คือ อายุ (ปี)
 X_3 คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา / ปวส. (ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา / ปวส. = 1, อื่นๆ = 0)
 X_4 คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ระดับการศึกษาปริญญาตรี = 1, อื่นๆ = 0)
 X_5 คือ ระดับการศึกษาปริญญาโท (ระดับการศึกษาปริญญาโท = 1, อื่นๆ = 0)
 X_6 คือ อาชีพรับราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (อาชีพรับราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ = 1, อื่นๆ = 0)
 β_7 คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอาชีพพนักงานเอกชน
 X_7 คือ พนักงานเอกชน (อาชีพพนักงานเอกชน = 1, อื่นๆ = 0)
 X_8 คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (อาชีพธุรกิจส่วนตัว = 1, อื่นๆ = 0)
 X_9 คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
 X_{10} คือ จำนวนสมาชิกในครอบครัว
 X_{11} คือ อายุรถยนต์
 X_{12} คือ มูลค่ารถยนต์
 X_{13} คือ การเคยประสบอุบัติเหตุ 4 ครั้ง (การเคยประสบอุบัติเหตุ 4 ครั้ง = 1, อื่นๆ = 0)
 X_{14} คือ ความเร็วเฉลี่ยในการขับรถ 1-3 กม./ชม. (ความเร็วเฉลี่ยในการขับรถ 1-3 กม./ชม. = 1, อื่นๆ = 0)

ผลการวิจัย

ผลศึกษาโครงสร้างธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ภาพรวมของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยเพื่อคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์ไม่ว่าจะเป็นยนต์ส่วนบุคคลรถบรรทุก รถโดยสาร และรถจักรยานยนต์ ซึ่งได้แก่ ความสูญเสียหรือเสียหายที่เกิดแก่รถยนต์(ได้แก่ ความเสียหาย บุปสลาย หรือสูญหายของตัวรถยนต์) ความสูญเสียหรือเสียหายที่รถยนต์ก่อให้เกิดขึ้นแก่ชีวิต ร่างกายละทรัพย์สินของ

บุคคลภายนอก รวมทั้งบุคคลที่โดยสารอยู่ในรถยนต์นั้นด้วยโดยบริษัทหรือผู้รับประกันภัยจะออกหนังสือให้แก่ผู้เอาประกันภัยแต่ละรายเรียกว่า “กรมธรรม์ประกันภัย” หรือหลักฐานของสัญญาประกันภัยซึ่งระบุว่าบริษัทจะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ ผู้เอาประกันภัยเมื่อเกิดความเสียหายขึ้นตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ ขณะเดียวกันผู้เอาประกันภัยแต่ละรายก็ต้องจ่ายค่าเสียหายเบื้องต้นให้แก่ บริษัทประกันภัยตามอัตราความเสี่ยงของตน

ประกันภัยรถยนต์สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือ พ.ร.บ. หมายถึงการประกันภัยรถประเภทที่กฎหมายบังคับให้เจ้าของรถซึ่งใช้หรือมีรถไว้เพื่อใช้ ต้องจัดให้มีการประกันความเสียหายสำหรับผู้ประสบภัย โดยประกันภัยกับบริษัท ตามกฎหมายว่าด้วยการประกันวินาศภัยที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการประเภทการประกันภัยรถ โดยรัฐบาลมีเจตจำนงเพื่อให้เกิดความคุ้มครองแก่ชีวิตร่างกายของประชาชนที่ประสบภัยเป็นสำคัญ

2. การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เป็นการประกันภัยรถที่กฎหมายไม่ได้บังคับขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้เอาประกันภัยที่เห็นถึงความเสี่ยงภัยแห่งตนและมีความคิดที่จะกระจายความเสี่ยงภัยออกไปยังบุคคลอื่นคือ การประกันภัยไว้กับบริษัทผู้รับประกันภัยซึ่งผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองตามประเภทที่ผู้เอาประกันภัยประสงค์โดยบริษัทประกันภัยจะออกกรมธรรม์ประกันภัยให้ไว้เป็นหลักฐาน โดยมีความคุ้มครอง เงื่อนไข และข้อยกเว้นตามแบบที่นายทะเบียนให้ความเห็นชอบ

1. อัตราส่วนการกระจุกตัว (market concentration ratio: CR)

ค่า Concentration Ratio (CR) เป็นดัชนีที่บอกให้ทราบว่าธุรกิจในอุตสาหกรรมหนึ่งๆ มีการกระจุกตัวอยู่ในมือหน่วยธุรกิจใหญ่ๆ ในอุตสาหกรรมมากน้อยเพียงใด ซึ่งการคำนวณอัตราส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจจำนวนน้อยรายจะเรียงลำดับ

ใหญ่สุดและรองลงมา โดยคิดจากยอดขาย คิดเป็นร้อยละเท่าไรของทั้งหมด จำนวนบริษัทที่จะรวมอยู่ในการคำนวณหาอัตราดังกล่าวที่ใช้อยู่ทั่วไปมักจะ เป็น 4 บริษัท 8 บริษัท หรือ 15 บริษัท โดยสูตรในการคำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว

ถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่าต่ำแสดงว่าหน่วยธุรกิจจำนวนมากที่อยู่ในอุตสาหกรรมมีการแข่งขันค่อนข้างมากในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่าสูงแสดงว่าหน่วยธุรกิจรายใหญ่ๆ มีการครอบงำตลาดทั้งด้านขนาดของหน่วยธุรกิจ การกำหนดราคาและการทำกำไร ตัวอย่างเช่น หน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด 4 หน่วยมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันน้อยกว่าร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมด ($CR_4 < 20$) จะมีการแข่งขันกันสูงมากและมีความใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์มากที่สุด ในขณะที่หน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด 4 หน่วยในอุตสาหกรรมที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายทั้งหมด ($CR_4 > 80$) จะเป็นอุตสาหกรรมที่กระจุกตัวสูงและมีแนวโน้มใกล้เคียงตลาดผูกขาดมากที่สุด และอุตสาหกรรมที่มีหน่วยธุรกิจใหญ่ที่สุด 4 หน่วยที่สูงกว่าร้อยละ 50 - 60 มีแนวโน้มจะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย ผลการศึกษาอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ ปี พ.ศ. 2558-2554

พิจารณาจากค่า CR_4 ระหว่างปี พ.ศ. 2554 - 2558 มีค่าเฉลี่ย 42.67 และทุกปีมีค่ามากกว่าร้อยละ 40 หรือเมื่อพิจารณาจากค่า CR_8 ระหว่างปี พ.ศ. 2554 - 2558 มีค่าเฉลี่ย 65.72 และทุกปีมี

ค่ามากกว่าร้อยละ 65 แสดงให้เห็นว่า เป็นตลาดมีการกระจุกตัวสูงคือ โครงสร้างตลาดมีการแข่งขันน้อย มีแนวโน้มเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย และจากการที่ค่าดัชนี CR ทั้ง 2 ระดับ ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แสดงว่า โครงสร้างตลาดค่อนข้างจะคงที่ สำหรับรายชื่อ 4 และ 10 บริษัทใหญ่สุด

2. เส้นรอลเรนซ์ (Lorenz Curve) และ สัมประสิทธิ์จินี (Gini- coefficient)

เส้น Lorenz Curve สร้างโดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันชื่อ แมกซ์ ออตโต ลอเรนซ์ (Max Otto Lorenz) ในปี ค.ศ. 1905 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) ถูกพัฒนาขึ้นจากเส้นลอเรนซ์โดยนักสถิติชาวอิตาลีชื่อ คอร์ราโด (Corrado Gini) ในปี ค.ศ. 1912 ดัชนีทั้ง 2 เป็นดัชนีที่นักเศรษฐศาสตร์นิยมใช้เป็นตัววัดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ของประชาชน ต่อมาได้มีการนำดัชนีทั้ง 2 มาประยุกต์ใช้ในการวัดการกระจายยอดขายหรือรายได้ของบริษัทในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง เพื่อดูลักษณะของโครงสร้างตลาดว่ามีระดับการแข่งขันมากน้อยเพียงใด

การนำเส้นโค้งลอเรนซ์ (Lorenz curve) มาใช้วัดการกระจายรายได้ของบริษัทในอุตสาหกรรม จะกำหนดให้แกนตั้งวัดสัดส่วนของรายได้ของแต่ละบริษัทได้รับพิจารณาเป็นร้อยละสะสม (accumu-

lative percentage) ของรายได้ ส่วนแกนนอนวัดสัดส่วนของบริษัทที่เรียงจากบริษัทขนาดเล็กไปบริษัทขนาดใหญ่และคิดเป็นร้อยละสะสมของจำนวนบริษัท เส้นทแยงมุมเป็นเส้นที่เรียกว่า เส้นการกระจายรายได้เท่าเทียม (Line of equality) ดังนั้น ถ้าเส้น Lorenz curve อยู่ใต้เส้นทแยงมุมมากเท่าใด แสดงว่า การกระจายรายได้จะมีความไม่เท่าเทียมมากเท่านั้น

พบว่าสัมประสิทธิ์จินีของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2558 มีค่าระหว่าง 0.775 ถึง 0.804 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.795 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่ามีความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ของบริษัทประกันภัยรถยนต์ข้างสูง หรือกล่าวอีกนัย คือว่ามีการกระจุกตัวของรายได้รวมของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์อยู่กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งให้ผลสอดคล้องกับเส้น Lorenz curve และการดัชนีสัดส่วนวัดการกระจุกตัว (market concentration ratio)

ผลศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์

ผลการคำนวณตัวแบบ Logistic regression สมการที่คำนวณได้

$$\ln \left[\frac{P_i}{1-P_i} \right] = 1.031095 + 0.0606X_1 + 0.0006X_2 + 0.1582X_3 + 0.0469X_4 + 0.0310X_5 + 0.0870X_6 + 1.1102X_7 + 0.01 + 1.5449X_9 + 0.0185X_{10} - 2.1111X_{11} + 2.9158X_{12} + 1.0201X_{13} + 1.0838X_{14}$$

สรุปผลการคำนวณตัวแบบ Logistic regression ดังนี้

(1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการศึกษามี 6 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ ผลการศึกษาพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านรายได้เท่านั้นที่มีบทบาทสำคัญที่จะกำหนดว่าจะทำประกันภัยรถยนต์หรือไม่ โดยการศึกษาพบว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

(2) ปัจจัยกลุ่มพฤติกรรมในการใช้รถสะท้อนจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ ผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุ และผู้ที่มีพฤติกรรมขับรถเร็ว ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองปัจจัยมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ โดยผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุหลายครั้ง มีความน่าจะเป็นที่จะทำประกันภัยรถยนต์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุหรือประสบอุบัติเหตุบ่อย ส่วนผู้ที่มีพฤติกรรมขับรถเร็ว มีความน่าจะเป็นที่จะทำประกันภัยรถยนต์มากกว่าผู้ที่ขับรถช้า

(3) ปัจจัยกลุ่มสภาพของรถยนต์ โดยการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดให้มี 2 ปัจจัย ได้แก่ มูลค่ารถยนต์ และอายุของรถยนต์ ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองปัจจัยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจที่จะทำประกันภัยรถยนต์ โดยรถยนต์ที่มีมูลค่าสูงเท่าใด ความน่าจะเป็นที่เจ้าของรถยนต์จะทำประกันภัยรถยนต์ยิ่งมีมากกว่ารถยนต์ที่มีมูลค่าต่ำ สำหรับอายุของรถยนต์นั้น ผลการศึกษาพบว่า ถ้ารถยนต์มีอายุมากขึ้น ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ก็จะลดลง

อภิปรายผลการวิจัย

1. โครงสร้างธุรกิจประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ผลการศึกษาดัชนีวัดการกระจุกตัวด้วยสัดส่วนการกระจุกตัวของตลาด (Market Concentration Ratio--CR) โดยใช้รายได้ของบริษัทเป็นตัววัด สรุปว่า ตลาดธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีระดับการแข่งขันน้อย และโครงสร้างตลาดจะมีลักษณะเหมือนกับตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย ทั้งนี้พิจารณาจากค่า CR_4 ระหว่างปี พ.ศ. 2554-2558 มีค่าเฉลี่ย 42.67 และทุกปีมีค่ามากกว่าร้อยละ 40 หมายความว่า บริษัทที่มีขนาดใหญ่สุด 4 บริษัทมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 40 หรือเมื่อพิจารณาจากค่า CR_8 ระหว่างปี พ.ศ. 2554-2558 มีค่าเฉลี่ย 65.72 และทุกปีมีค่ามากกว่าร้อยละ 65 รวมทั้งโครงสร้างตลาดประกันภัยรถยนต์ในช่วงที่ทำการศึกษาค่อยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาพัชร เลิศวณิชโรจน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มของอุปสงค์กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของไทย กล่าวว่า ตลาดที่มีผู้แข่งขันมาราย (Monopolistic Competition Market) ซึ่งมีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในด้านการแข่งขันด้านราคา และคุณภาพการบริการด้วยการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำ โดยในตลอดปีที่ผ่านมา บริษัทที่มีผลงานเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงสูงสุดในอันดับที่ 5 ของตลาด และจัดว่าเป็นบริษัทที่มีส่วนผสมงานหลากหลายทั้ง Motor และ Non-

motor ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมีได้เน้นงานประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน รวมทั้งมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางตัวแทน นายหน้า สถาบันการเงิน และช่องทางอื่นๆ เป็นต้น

1.2 ผลการศึกษาสัมประสิทธิ์จিনিของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2558 พบว่า มีค่าระหว่าง 0.775-0.804 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.795 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ของบริษัทประกันภัยรถยนต์ข้างสูง หรือกล่าวอีกนัย คือว่า มีการกระจุกตัวของรายได้รวมของอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์อยู่กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งให้ผลสอดคล้องกับดัชนีสัดส่วนวัดการกระจุกตัวจึงยืนยันว่าตลาดธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีระดับการแข่งขันน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรสิทธิ์ นุตโร (2556) ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยวิธี Conjoint Analysis: กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยในตลาดมีอยู่เป็นจำนวนมากและหลากหลาย ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทประกันวินาศภัยต่างๆ จึงมีความพยายามในการสร้างความแตกต่าง รวมทั้งยังคงมีการแข่งขันทางด้านราคาค่อนข้างมาก นอกจากนี้ ยังพยายามมุ่งเน้นการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหลักๆ เช่น ค่าสินไหมทดแทน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขาย การส่งเสริมการตลาด และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานอื่นๆ รวมทั้ง

ปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยการปรับกระบวนการภายในบริษัท และการบริการไปสู่ช่องทางการขาย ซึ่งกลยุทธ์ที่หลากหลาย บริษัทนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ การขยายงานออกสู่ภูมิภาค เพิ่มสัดส่วนของเบี้ยประกันภัยที่ไม่ใช่รถยนต์ให้เพิ่มมากขึ้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อขายผ่านช่องทางแบงก์แอสซัวร์นส์และทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำกำไรได้เป็นอย่างดี รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มากขึ้นด้วย

2. ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครการศึกษาได้กำหนดปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถ และปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของรถยนต์ ผลการศึกษา สรุปได้ ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการศึกษามี 6 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ ผลการศึกษา พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านรายได้เท่านั้นที่มีบทบาทสำคัญที่จะกำหนดว่าจะทำประกันภัยรถยนต์หรือไม่ โดยการศึกษาพบว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ โฆษกพรพิมพ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาค่าเบี้ย

ประกันภัยรถยนต์มีความเหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ได้รับส่วนปัจจัยอื่นๆที่ไม่มีส่งผลกระทบต่อโอกาสที่จะเลือกใช้บริการบริษัทประกันภัยรถยนต์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนบุคคลที่อยู่ภายใต้ ความรับผิดชอบ ระดับรายได้ ภาระหนี้สิน ประกันภัยรถยนต์มีเงื่อนไขสัญญาและระยะเวลาผูกพันเหมาะสมดีเยี่ยมประกันภัยรถยนต์สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีได้ประกันภัยรถยนต์ให้ผลตอบแทนสูงกว่าการออมทรัพย์ในรูปแบบอื่น

2.2 ปัจจัยกลุ่มพฤติกรรมในการใช้รถจักรยาน จาก 2 ปัจจัย ได้แก่ ผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุ และผู้ที่มีพฤติกรรมขับรถเร็ว ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองปัจจัยมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ โดยผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุหลายครั้งมีความน่าจะเป็นที่จะทำประกันภัยรถยนต์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุหรือประสบอุบัติเหตุเล็กน้อย ส่วนผู้ที่มีพฤติกรรมขับรถเร็วมีความน่าจะเป็นที่จะทำประกันภัยรถยนต์มากกว่าผู้ที่ขับรถช้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมภพ วงศ์วิชิต(2555) ได้ทำศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิส พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ภาระหนี้สิน และจำนวนผู้ที่อยู่ในความอุปการะ ในการทดสอบความเที่ยงตรงในการพยากรณ์ นั้น พบว่าแบบจำลองโลจิสสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 92.75

2.3 ปัจจัยกลุ่มสภาพของรถยนต์ โดยการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดให้มี 2 ปัจจัย ได้แก่ มูลค่ารถยนต์ และอายุของรถยนต์ ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองปัจจัยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจที่จะทำประกันภัยรถยนต์ โดยรถยนต์ที่มีมูลค่าสูงเท่าใด ความน่าจะเป็นที่เจ้าของรถยนต์ จะทำประกันภัยรถยนต์ยิ่งมีมากกว่ารถยนต์ที่มีมูลค่าต่ำ สำหรับอายุของรถยนต์นั้น ผลการศึกษาพบว่า ถ้ารถยนต์มีอายุมากขึ้น ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ก็จะลดลงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถาวร สถิตวิวัฒน์ (2556) ได้ทำศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการประกันภัยบริษัทโตเกียวมารีนศรีเมืองประกันภัยจำกัด สาขาขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ มูลค่ารถยนต์ และอายุของรถยนต์มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการประกันภัยบริษัทโตเกียวมารีนศรีเมืองประกันภัย จำกัด สาขาขอนแก่น ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. โครงสร้างตลาดประกันภัยรถยนต์มีลักษณะตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย แสดงให้เห็นว่า บริษัทขนาดใหญ่จะมีอิทธิพลเหนือตลาด หรือเป็นผู้นำตลาดในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องมีมาตรการที่จะไม่ทำให้บริษัทขนาดใหญ่ร่วมมือกันเพื่อเอาเปรียบผู้บริโภคหรือเอา

เปรียบผู้ประกอบการรายเล็กอย่างไม่เป็นธรรม รวมทั้งควรมีนโยบายสนับสนุนให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่าผู้มีรายได้น้อย มีความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์น้อยกว่าผู้มีรายได้สูงตั้งนั้นในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ควรมีการพัฒนา ปรับปรุง สร้างแรงจูงใจ ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้มีรายได้น้อย เช่น การผ่อนจ่ายเบี้ยประกันภัย การคิดแพ็คเกจประกันภัยราคาประหยัด เป็นต้น

3. การศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เคยประสบอุบัติเหตุ และขับรถเร็ว มีความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์มากกว่าคนที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุและขับรถช้า ดังนั้น กลุ่มนี้จึงมีความเสี่ยงและเป็นภาระต่อบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ต้องจ่ายสินไหมทดแทนแก่กลุ่มคนเหล่านี้เมื่อประสบอุบัติเหตุ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดภาระของบริษัทประกันภัย ควรมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ โดยการพัฒนาแพ็คเกจประกันภัยรถยนต์ เช่น ไม่มีการเกิดอุบัติเหตุ จะมีการลดเบี้ยประกันให้ลูกค้าในครั้งต่อไป เป็นต้น

4. ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง และการขับรถช้า กลุ่มนี้มีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุต่ำ จึงมีความน่าจะเป็นในการทำประกันภัยรถยนต์น้อยกว่าเพศชาย และคนที่ขับรถเร็ว ดังนั้นบริษัทประกันภัยรถยนต์ควรมีการสร้างแรงจูงใจให้ทำประกันภัย

รถยนต์มากขึ้น เช่น สร้างแพ็คเกจประกันภัยรถยนต์ขึ้นมาสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ (Lady Package) เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาโดยรวมของการประกันภัยรถยนต์ โดยไม่ได้แยกศึกษาประกันภัยรถยนต์แต่ละประเภท ดังนั้น ในการศึกษาต่อไป ควรจะพิจารณาศึกษาการทำประกันภัยรถยนต์แบบเฉพาะเจาะจงในแต่ละประกันภัย เช่น ประกันภัยรถยนต์ชั้น 1 ชั้น 2 และชั้น 3 เพื่อให้ได้ผลที่สะท้อนความเป็นจริงได้มากขึ้น รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจประกันภัยรถยนต์และต่อผู้บริโภค

2. การเก็บข้อมูลนั้น ไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ เพราะเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในต่างจังหวัด อาจมีพฤติกรรมการใช้รถที่แตกต่างกันก็เป็นไปได้ ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่จังหวัดอื่นๆด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และหลากหลายมากขึ้น

3. การศึกษาเชิงปริมาณมีวิธีการศึกษาได้หลายๆ วิธี การศึกษานี้เลือกใช้วิธี Binary Logit Analysis ซึ่งมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ ดังนั้น เพื่อทำการศึกษาในรายละเอียดเพิ่มเติม อาจพิจารณาขยายวิธีนี้ เช่น ใช้วิธี Multinomial Logit Analysis หรือเลือกใช้วิธีอื่น เช่น Structural Equation Model เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กัญญาพัชร เลิศวณิชโรจน์. (2555). *แนวโน้มของอุปสงค์กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของไทย*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- กิตติศักดิ์ เพ็ชรวงษ์. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจต่อการให้บริการของบริษัทประกันภัยในจังหวัดสุพรรณบุรี*. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ชัยวัฒน์ โฆษกัทธิมพ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ทำประกันชีวิตในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. (สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ถาวร สถิตวิวัฒน์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการประกันภัยบริษัทโตเกียวมารีนศรีเมืองประกันภัย จำกัด สาขาขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- พงศ์ศรินทร์ พลศรีเลิศ. (2555). *ตัดสินใจในมุมมองของลูกค้าต้องมาก่อนมุมมองด้านการเงิน*. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2558. จาก <http://www.phongzahrn.wordpress.com>
- พนิดา ละเอียด. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้เอาประกันภัยกับ บมจ.สินมั่นคงประกันภัย สาขาพะเยา*. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).
- พันธ์ทิพย์ ทองคำ. (2556). *พฤติกรรมของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ*. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2555). *เอกสารการสอนชุดวิชาสถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ หน่วยที่ 9-15.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*.
- สมภพ วงศ์วิจิต. (2555). *การวิเคราะห์อุปสงค์การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย คปภ. (2558). *คู่มือหลักสูตรการอบรมเพื่อขอใบอนุญาตเป็นตัวแทนพิมพ์ครั้งที่ 6*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.).
- สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

สุรสิทธิ์ นุตโร. (2556). การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยวิธี *Conjoint Analysis: กรณีศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).

Engel, J.F., Kollat, D.T. & Blackwell, R.D. 1968. *Consumer behavior*. New York: Holt Rinehart and Winston.

Weber, Max. 1966 . *The Theory of Social and Economic Organization*. Handerson & Parson Trans Handerson and Tallcott Parson, 4th ed . New York: The free Press.