

การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยใช้ Conjoint Analysis

พิชญารณ จริตงาม¹ และ ปรีชา วิจิตรธรรมรส²

Received: 24 August 2020; Revised: 16 September 2020; Accepted: 24 September 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา จัดลำดับและประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยศึกษาผู้บริโภคที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สถิติพรรณนา และเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในด้านส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมามากที่สุด โดยมีความเห็นว่าการที่ไม่มีเคลมประกัน ควรมีส่วนลด หรือเงินคืนให้กับผู้เอาประกันภัยในบางส่วนในปีถัดไป รองลงมา คือ ให้ความสำคัญในด้านการคิดเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (เงื่อนไข มีการติดตั้ง GPS) และการพิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม, ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

*Corresponding e-mail: pichayaporn.jar@stu.nida.ac.th

^{1,2}สาขาวิทยาการประกันภัยและบริหารความเสี่ยง คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Voluntary automobile insurance product design using Conjoint Analysis

Pichayaporn Jaritngam¹ and Preecha Vichitthamaros²

Received: 24 August 2020; Revised: 16 September 2020; Accepted: 24 September 2020

Abstract

The purpose of this research was to study, rank and evaluate product characteristics that influence the decision of purchasing voluntary car insurance the researcher used simple random sampling method by studying consumers who have bought car insurance voluntary data were collected from 400 samples using descriptive statistics and Conjoint Analysis in data analysis The results showed that consumers are most focused on buying voluntary car insurance products in cash discount on premiums paid in the past year. In the absence of insurance claims, there should be a discount or refund to the insured in part of the following year. The second is the importance of insurance premium stipulated in the driving distance (conditions, GPS installed) and no insurance claims.

Keyword: Conjoint Analysis, Voluntary Motor Insurance

*Corresponding e-mail: pichayaporn.jar@stu.nida.ac.th

^{1,2}Actuarial Science and Risk Management, Graduate School of Applied Statistics, National Institute of Development and Administration

1. บทนำ

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ เป็นประกันที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเป็นประกันวินาศภัยเพื่อเป็นมาตรการลดความเสี่ยงภัยแก่ทรัพย์สิน หมายถึง การตกลงกันระหว่างผู้ซื้อ (ผู้เอาประกันภัย) และผู้ขาย (บริษัทประกันภัย) โดยเป็นการเลือกซื้อความคุ้มครองประกันภัยตามความพึงพอใจของผู้ซื้อซึ่งผู้ซื้อทำด้วยความสมัครใจ ไม่ได้ถูกบังคับโดยกฎหมาย ผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจสามารถเลือกซื้อตามความคุ้มครอง และความต้องการต่างๆของผู้เอาประกันภัยได้ง่ายจากบริษัทประกันภัย

โดยปัจจุบันมีผู้คนจำนวนมากสนใจในผลิตภัณฑ์รถยนต์ภาคสมัครใจหลากหลายรูปแบบด้วยกันซึ่งมีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่เคยมี เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้เอาประกันภัยมากยิ่งขึ้น จากการศึกษางานวิจัยในอดีตและปัจจุบัน พบว่า ในการซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจากบริษัทประกันภัย โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในทางด้านการบริการ ความคุ้มครองที่สูง พฤติกรรมการขับขี่รถยนต์ รวมไปถึงพิจารณาจากเบี้ยประกันที่ต้องจ่ายจึงเป็นประเด็นศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

2.2 เพื่อจัดลำดับและประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้ที่จะซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

3.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับบริษัทประกันวินาศภัยในการระบุกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่มีโอกาสจะซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่เหมาะสมกับผู้บริโภค

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบสำรวจ

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5%

4.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (google form) ซึ่งถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มีลักษณะคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด และให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนผลิตภัณฑ์ที่ 1 - 6 โดย 1 คือ พึงพอใจมากที่สุดและ 6 คือ พึงพอใจน้อยที่สุด ตามความต้องการของผู้เอาประกันภัยในเรื่องความคุ้มครองด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้จัดเรียงลำดับเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เบี้ยประกันภัยสูงสุดที่สามารถชำระได้ นิยามท่าประกันภัยรถยนต์กับบริษัทใด มีความคิดที่จะเปลี่ยนบริษัทประกันภัยหรือไม่ และแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยกำหนดให้ข้อมูลคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะที่ศึกษามีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Attribute levels)
1. ส่งเสริมการขาย	- ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป - ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา - ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา
2. เงื่อนไขในการได้รับส่วนลด	- พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน - คิดเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (เงื่อนไข มีการติดตั้ง GPS)

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ออกแบบและจัดทำแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้จำนวน 400 ชุด
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยใช้บริการจากเว็บไซต์เซอร์เวย์มังก์

(<http://www.surveymonkey.com>)

3. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จนได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด

4. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2563 ถึงวันที่ 2 กรกฎาคม 2563

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้ศึกษาได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนดไว้แล้ว ผู้ศึกษาจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกแล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัส นำไปบันทึกผลลงในคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทั้งในส่วนของการใช้สถิติพรรณนา และสถิติเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ดังนี้

- การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะใช้สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายภาพรวมลักษณะทางประชากร ข้อมูลลักษณะทางประชากร เป็นเทคนิคที่ใช้ในการหาข้อสรุปลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ซึ่งงานวิจัยนี้จะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะใช้สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ซึ่งสามารถอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการ (Hauser and Rao, 2002) ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆที่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

แบบจำลองอรรถประโยชน์โดยรวม (Additive Utility Model)

การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) สมมติว่าความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ (Utility) ของทางเลือกต่าง ๆ มีความสัมพันธ์แบบเส้นตรง โดยผลรวมของอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หนึ่ง สามารถแสดงได้ดังนี้ (Bajaj, 2003)

$$Y = \beta_0 + (\beta_1 X_1) + (\beta_2 X_2) + (\beta_3 X_3) + \dots + (\beta_i X_j) + \varepsilon$$

โดยที่ Y คือ ผลรวมของอรรถประโยชน์ ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นระดับความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะต่างๆของประชากร

β_i คือ สัมประสิทธิ์อรรถประโยชน์ของคุณลักษณะที่ i

X_j คือ คุณลักษณะที่ j ในการวิจัยนี้ประกอบไปด้วย ส่งเสริมการขาย และเงื่อนไขในการได้รับส่วนลด

ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบร่วมมี 6 ขั้นตอน (Bajaj, 2003) โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่ใช้สำหรับการวิจัย ซึ่งมาจากการสำรวจจากตลาด และสัมภาษณ์ผู้บริโภคเบื้องต้นเพื่อให้ได้คุณลักษณะที่ตรงประเด็นมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ โดยจำนวนชุดคุณลักษณะทั้งหมดที่เป็นไปได้นั้น ได้จากการนำระดับของคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษามาคูณกัน

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบร่วม เป็นการนำคุณลักษณะสองรูปแบบขึ้นไปมาพิจารณาร่วมกัน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความพึงพอใจหรือให้คะแนน

ขั้นตอนที่ 4 การเลือกใช้วิธีการวัดความพึงพอใจ ความพึงพอใจจะเป็นการวัดโดยวิธีการเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) ซึ่งเป็นการวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) และใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 การเลือกแบบจำลองความพึงพอใจที่เหมาะสมกับการศึกษา แบบจำลองแต่ละแบบจะแสดงลักษณะความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะ ซึ่งแบบจำลองความพึงพอใจรวมที่ใช้ในการวัดระดับความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ คือ

$$\text{Vector Method: } S_j = \sum_{p=1}^P W_p X_{jp}$$

โดยที่ S_j คือ ความพึงพอใจรวมในชุดคุณลักษณะที่ j

W_p คือ ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของผู้ตอบในแต่ละคุณลักษณะที่ p

X_{jp} คือ ระดับคุณลักษณะที่ p สำหรับคุณลักษณะที่ j

ขั้นตอนที่ 6 การเลือกใช้วิธีประมาณค่าความพึงพอใจของระดับคุณลักษณะขึ้นอยู่กับชนิดของข้อมูล ที่ผู้ศึกษาเลือกใช้ในการประมาณค่าอรรถประโยชน์ให้กับคุณลักษณะ มี 2 ลักษณะ คือ แบบการให้คะแนนความพึงพอใจ และแบบการเรียงลำดับความสำคัญ

การแปลผลอรรถประโยชน์รวม เป็นการวัดความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์รวมของผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการศึกษา เช่น อรรถประโยชน์รวมของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการศึกษามีค่าสูงที่สุด หมายถึง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหรือให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์นั้นมากที่สุด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าอรรถประโยชน์ต่ำที่สุด หมายถึง ผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสำคัญหรือสนใจในผลิตภัณฑ์นั้น

การประมาณค่าความพึงพอใจ (Utility Estimation) ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสมการ ต้องคำนึงถึงลักษณะของข้อมูลความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ของทางเลือกต่าง ๆ โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์

องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) แบบ Traditional Conjoint Analysis สามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ได้ (ธณศพร พันธุ์ณี, 2559)

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้ Conjoint Analysis มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา จัดลำดับและประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้เป็นดังนี้

ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์จากข้อมูลส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 11 ข้อ งานวิจัยนี้จะเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติ โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	212	53.0
หญิง	188	47.0
รวม	400	100.0
อายุ		
18-25 ปี	84	20.9
26-35 ปี	109	27.2
36-50 ปี	111	27.7
มากกว่า 50 ปี	96	24.2
รวม	400	100.0
สถานภาพ		
โสด	168	41.8
สมรส	157	39.2
หย่าร้าง	46	11.5
หม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต)	29	7.5
รวม	400	100.0
ความคิดที่จะเปลี่ยนบริษัทประกันภัย		
เปลี่ยน	157	39.2
ไม่เปลี่ยน	243	60.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
--------------	-----------------	--------

ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	19	4.7
มัธยมศึกษา	57	14.2
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	78	19.5
ปริญญาตรี	172	43.1
สูงกว่าปริญญาตรี	74	18.5
รวม	400	100.0
อาชีพ		
รับราชการ	131	32.7
รัฐวิสาหกิจ	61	15.2
ธุรกิจส่วนตัว	64	16.0
เกษตรกร	52	13.0
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง	92	23.1
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	71	17.7
10,000 - 30,000 บาท	156	38.9
30,001 - 50,000 บาท	105	26.2
50,001 - 70,000 บาท	46	11.5
มากกว่า 70,000 บาท	22	5.7
รวม	400	100.0
เบี้ยประกันภัยสูงสุดที่ท่านสามารถชำระได้		
ต่ำกว่า 4,500 บาท/ปี	168	42.1
4,500 - 7,000 บาท/ปี	69	17.2
7,001 - 10,000 บาท/ปี	56	14.0
10,001 - 15,000 บาท/ปี	55	13.7
15,000 บาท/ปี ขึ้นไป	52	13.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
นิยมทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท		
เมืองไทยประกันภัย	38	9.5
สินมั่นคงประกันภัย	36	9.0
วิริยะประกันภัย	91	22.8
ทิพยประกันภัย	42	10.5
โตเกียวมารีน	4	1.0
อาคเนย์ประกันภัย	16	4.0
กรุงเทพประกันภัย	36	9.0
ประกันคุ้มภัย	26	6.5
ประกันภัยไทยวิวัฒน์	24	6.0
เอเชียประกันภัย	20	5.0
อื่นๆ	67	16.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53 มีช่วงอายุระหว่าง 36 - 50 ปีร้อยละ 27.8 สถานภาพโสดร้อยละ 41.8 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 43.2 มีอาชีพเป็นข้าราชการร้อยละ 32.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 - 30,000 บาทถึงร้อยละ 39 เบี้ยประกันสูงสุดที่สามารถชำระได้อยู่ในช่วงต่ำกว่า 4,500 บาทร้อยละ 42 นิยมทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทวิริยะประกันภัยมากที่สุดถึงร้อยละ 22.75 รองลงมา คือ บริษัททิพยประกันภัยร้อยละ 10.5 และบริษัทเมืองไทยประกันภัยร้อยละ 9.5 ตามลำดับ และส่วนมากมีความคิดที่จะไม่เปลี่ยนบริษัทประกันถึงร้อยละ 61

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม วิเคราะห์จากข้อมูลส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดข้อมูลคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ซึ่งมีทั้งหมด 6 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป โดยพิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป โดยพิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทาง

การขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากระยะทางการขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 : ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 6 : ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากระยะทางการขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) โดยรวมของผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

Attribute	Level	Utility
ส่งเสริมการขาย	ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป	0.000
	ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา	0.162
	ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา	-0.162
เงื่อนไขในการได้รับส่วนลด	พิจารณาจากไม่มีการเคลมประกัน	0.015
	คิดเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (เงื่อนไข มีการติดตั้ง GPS)	-0.015
ค่าคงที่		3.500

จากตารางที่ 3 ในทางเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคมีความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หลากหลายแบบด้วยกัน แต่เนื่องจากผู้ซื้อที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรที่มีอยู่ ผู้บริโภคจึงจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์โดยอยู่บนพื้นฐานการได้รับประโยชน์สูงสุด แสดงผลการจัดลำดับตามอรรถประโยชน์โดยรวมได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.515 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 1 = 0.000 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) + 0.015 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.485 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 2 = 0.000 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) - 0.015 (พิจารณาเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.677 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 = 0.162 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.015 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.647 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4 = 0.162 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.015 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.353 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 5 = - 0.162 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.015 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 6 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.323 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 6 = - 0.162 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.015 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

โดยสรุปสามารถบอกได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 6 น้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) จำแนกตามเพศของผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

Attribute	Level	Utility เพศชาย	Utility เพศหญิง
ส่งเสริมการขาย	ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป	0.000	0.021
	ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา	0.238	0.070
	ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา	-0.238	-0.091
เงื่อนไขในการได้รับส่วนลด	พิจารณาจากไม่มีการเคลมประกัน	-0.003	0.041
	คิดเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (เงื่อนไข มีการติดตั้ง GPS)	0.003	-0.041
ค่าคงที่		3.500	3.500

จากตารางที่ 4 จำแนกตามเพศ แสดงผลการจัดลำดับตามอรรถประโยชน์โดยรวมได้ดังนี้

ผลการจัดลำดับตามอรรถประโยชน์โดยรวมของเพศชาย

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.497 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 1 = 0.000 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) - 0.003 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.503 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 2 = 0.000 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) + 0.003 (พิจารณาเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.735 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 = 0.238 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.003 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.741 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4 = 0.238 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.003 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.259 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 5 = - 0.238 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.003 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 6 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.265 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 6 = - 0.238 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.003 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลการจัดลำดับตามอรรถประโยชน์โดยรวมของเพศหญิง

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.562 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 1 = 0.021 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) + 0.041 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.480 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 2 = 0.021 (ส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป) - 0.041 (พิจารณาเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.611 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 = 0.070 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.041 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.529 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4 = 0.070 (ส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.041 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.450 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 5 = - 0.091 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) + 0.041 (พิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกัน) + 3.500 (ค่าคงที่)

ผลิตภัณฑ์ที่ 6 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 3.368 คือ ผลิตภัณฑ์ที่ 6 = - 0.091 (ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป และส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา) - 0.041 (พิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (ติดตั้ง GPS)) + 3.500 (ค่าคงที่)

โดยสรุปสามารถบอกได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่จำแนกโดยเพศ เพศชายมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 4 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 5 น้อยที่สุด ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 1 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 6 น้อยที่สุด

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) โดยรวมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (ค่าคงที่ = 3.500)

ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	Utility					
	ผลิตภัณฑ์ที่ 1	ผลิตภัณฑ์ที่ 2	ผลิตภัณฑ์ที่ 3	ผลิตภัณฑ์ที่ 4	ผลิตภัณฑ์ที่ 5	ผลิตภัณฑ์ที่ 6
น้อยกว่า 10,000	3.463	3.597	3.761	3.895	3.075	3.209
10,000 - 30,000	3.645	3.545	3.554	3.454	3.451	3.351
30,001 - 50,000	3.449	3.485	3.716	3.752	3.281	3.317
50,001 - 70,000	3.303	3.209	3.791	3.697	3.547	3.453
มากกว่า 70,000	3.720	3.416	3.811	3.507	3.425	3.121

จากตารางที่ 5 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสรุปสามารถบอกได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่จำแนกโดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่อยู่ในช่วงน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 4 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 5 น้อยที่สุด ในช่วง 10,000 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 1 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 6 น้อยที่สุด ช่วง 30,001 - 50,000 บาท มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 4 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 3 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 5 น้อยที่สุด ช่วง 50,001 - 70,000 บาท มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 2 น้อยที่สุด และช่วงรายได้เฉลี่ยมากกว่า 70,000 บาท มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 1 และพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 6 น้อยที่สุด

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) ในแต่ละลักษณะของประชากรของผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจด้วยตนเองมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (ค่าคงที่ = 3.500)

ข้อมูลทั่วไป		Utility					
		ผลิตภัณฑ์ ที่ 1	ผลิตภัณฑ์ ที่ 2	ผลิตภัณฑ์ ที่ 3	ผลิตภัณฑ์ ที่ 4	ผลิตภัณฑ์ ที่ 5	ผลิตภัณฑ์ ที่ 6
ALL	ALL	3.515	3.485	3.677	3.647	3.353	3.323
เพศ	ชาย	3.497	3.503	3.735	3.741	3.259	3.265
	หญิง	3.562	3.480	3.611	3.529	3.450	3.368
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(1)	3.463	3.597	3.761	3.895	3.075	3.209
	(2)	3.645	3.545	3.554	3.454	3.451	3.351
	(3)	3.449	3.485	3.716	3.752	3.281	3.317
	(4)	3.303	3.209	3.791	3.697	3.547	3.453
	(5)	3.720	3.416	3.811	3.507	3.425	3.121
อายุ	18 - 25 ปี	3.542	3.486	3.778	3.722	3.264	3.208
	26 - 35 ปี	3.346	3.522	3.575	3.751	3.315	3.491
	36 - 50 ปี	3.857	3.663	3.722	3.528	3.212	3.018
	มากกว่า 50 ปี	3.321	3.259	3.661	3.599	3.611	3.549
อาชีพ	รับราชการ	3.522	3.488	3.655	3.621	3.375	3.341
	รัฐวิสาหกิจ	3.607	3.443	3.972	3.808	3.167	3.003
	ธุรกิจส่วนตัว	3.817	3.571	3.753	3.507	3.299	3.053
	เกษตรกร	3.453	3.527	3.514	3.588	3.422	3.496
	รับจ้างทั่วไป	3.271	3.429	3.540	3.698	3.452	3.610
เบี้ยประกัน สูงสุด	(6)	3.429	3.461	3.689	3.721	3.333	3.365
	(7)	3.605	3.517	3.588	3.500	3.439	3.351
	(8)	3.577	3.603	3.727	3.753	3.157	3.183
	(9)	3.529	3.321	3.708	3.500	3.576	3.368
	(10)	3.593	3.585	3.660	3.652	3.260	3.252
สถานภาพ	โสด	3.047	3.109	3.672	3.734	3.688	3.750
	สมรส	3.535	3.525	3.703	3.693	3.277	3.267
	หย่าร้าง	3.538	3.462	3.822	3.746	3.254	3.178
	หม้าย	3.809	3.821	3.475	3.487	3.198	3.210

หมายเหตุ: ALL หมายถึง ข้อมูลทั่วไปโดยรวม

(1) หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

- (2) หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 10,000 - 30,000 บาท
- (3) หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 30,001 - 50,000 บาท
- (4) หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 50,001 - 70,000 บาท
- (5) หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาท
- (6) หมายถึง เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ช่วงต่ำกว่า 4,500 บาท
- (7) หมายถึง เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ช่วง 4,500 - 7,000 บาท
- (8) หมายถึง เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ช่วง 7,001 - 10,000 บาท
- (9) หมายถึง เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ช่วง 10,001 - 15,000 บาท
- (10) หมายถึง เบี้ยประกันที่สามารถชำระได้ช่วงมากกว่า 15,000 บาท

6. สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยใช้ Conjoint Analysis จำนวนทั้งหมด 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53 มีช่วงอายุระหว่าง 36 - 50 ปีร้อยละ 27.8 สถานภาพโสดร้อยละ 41.8 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 43.2 มีอาชีพเป็นข้าราชการร้อยละ 32.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 - 30,000 บาทถึงร้อยละ 39 เบี้ยประกันสูงสุดที่สามารถชำระได้อยู่ในช่วงที่ต่ำกว่า 4,500 บาทร้อยละ 42 นิยมทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทวิริยะประกันภัยมากที่สุดถึงร้อยละ 22.75 รองลงมาคือ บริษัททิพยประกันภัยร้อยละ 10.5 และบริษัทเมืองไทยประกันภัย ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ส่วนมากมีความคิดที่จะไม่เปลี่ยนบริษัทประกันถึงร้อยละ 61

จากการวิเคราะห์อรรถประโยชน์โดยรวมของระดับคุณลักษณะในด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในทางด้านส่งเสริมการขายมากที่สุดในเรื่องของการได้รับส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา และด้านเงื่อนไขในการได้รับส่วนลดให้ความสำคัญในเรื่องของการคิดเบี้ยประกันตามระยะทางการขับขี่ (เงื่อนไข มีการติดตั้ง GPS) และพิจารณาจากกรณีไม่มีการเคลมประกันสามารถจัดลำดับของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ซึ่งมีทั้งหมด 6 ผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ 4, ผลิตภัณฑ์ที่ 1, ผลิตภัณฑ์ที่ 2, ผลิตภัณฑ์ที่ 5 และ ผลิตภัณฑ์ที่ 6 ตามลำดับ

7. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ สามารถนำเทคนิควิธีการวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบรวม (Conjoint Analysis) ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจอื่นๆ ได้อีกหลากหลาย การใช้เทคนิควิธีดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งเพื่อให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงอย่างแท้จริงในแต่ละระดับของคุณลักษณะต่างๆ ของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคได้

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วิจิตรธรรมรส ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ ให้ความรู้ และให้คำปรึกษาตลอดจนคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณค่าต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบุพพการีที่ให้การอุปการะเลี้ยงดูและส่งเสริมทางด้านการศึกษา และทุกๆ ท่านที่ กำลังใจเป็นอย่างดี ที่ให้ความช่วยเหลือที่ดีให้งานวิจัยในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

9. เอกสารอ้างอิง

- ธนศพร พันธุ์มณี. (2559). การศึกษาคุณลักษณะของงานที่เป็นที่ต้องการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยเทคนิค **Conjoint Analysis**. กรุงเทพฯ: คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปณิดา วงศ์มหาดเล็ก. (2558, มกราคม-ธันวาคม). การศึกษานำร่ององค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้าน สำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม (Conjoint Analysis). วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 29, 355-367.
- มนตรี พิริยะกุล. (2555, เมษายน-มิถุนายน). Conjoint Analysis. วารสารรวมคำแห่ง ฉบับพิเศษ, 2, 252-272.
- สุทธิพล ทวีชัยการ. (2559). เผยธุรกิจประกันภัยปี 58. วารสารสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย(คปภ.), 4.
- สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาสถิติประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมภพ วงศ์วิจิตร. (2555). การวิเคราะห์อุปสงค์การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตสาขาสถิติศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Bajaj, A. (2003). **Conjoint Analysis: A Potential Methodology For IS Research Analysis**. Accessed 3 January 2014. Available from <http://www.moph.go.th>.
- Hauser, J.R., and V.R.Rao. (2002). **Conjoint Analysis, Related Modeling, an Application. Advances in Marketing Research**. Progress and Prospects.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Third edition. New York: Harper and Row Publication.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยใช้ **Conjoint Analysis**

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถาม เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยใช้ Conjoint Analysis ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบวิชาค้นคว้าอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาระดับมหาบัณฑิตปริญญาโท คณะสถิติประยุกต์ สาขาวิทยาการประกันภัยและบริหารความเสี่ยง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ โดยจะนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษา วิจัยครั้งนี้เท่านั้น จึงขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย $\checkmark$ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่าน

1) เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2) อายุ

() 1. 18 - 25 ปี

() 2. 26 - 35 ปี

() 3. 36 - 50 ปี

() 4. มากกว่า 50 ปี

3) สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หย่าร้าง

() 4. หม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต)

4) ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา

() 2. มัธยมศึกษา

() 3. อาชีวศึกษา/อนุปริญญา

() 4. ปริญญาตรี

() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5) อาชีพ

() 1. รับราชการ

() 2. รัฐวิสาหกิจ

() 3. ธุรกิจส่วนตัว

() 4. เกษตรกร

() 5. รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

() 1. ไม่เกิน 10,000 บาท

() 2. 10,000 - 30,000 บาท

() 3. 30,001 - 50,000 บาท

() 4. 50,001 - 70,000 บาท

() 5. มากกว่า 70,000 บาท

7) เบี้ยประกันภัยสูงสุดที่ท่านสามารถชำระได้

() 1. ต่ำกว่า 4,500 บาท/ปี

() 2. 4,500 - 7,000 บาท/ปี

() 3. 7,001 - 10,000 บาท/ปี

- () 4. 10,001 - 15,000 บาท/ปี
- () 5. 15,000 บาทขึ้นไป /ปี
- 8) ท่านนิยมทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทใด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
- () บริษัท.....
- () บริษัท.....
- () บริษัท.....
- 9) ท่านมีความคิดที่จะเปลี่ยนบริษัทประกันภัยหรือไม่
- () 1. เปลี่ยน
- () 2. ไม่เปลี่ยน
- 10) ท่านใช้รถยนต์ส่วนตัว และเคยซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจด้วยตนเองมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง
- () 1. ใช่
- () 2. ไม่ใช่
- 11) แสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ
-
-
-

ส่วนที่ 2 ข้อมูลคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

คำชี้แจง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนผลิตภัณฑ์ที่ 1 - 6 โดย 1 คือพึงพอใจมากที่สุดและ 6 คือพึงพอใจน้อยที่สุด โดยตอบคำถามตามความต้องการของผู้เอาประกันภัย

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป โดยพิจารณาจากไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไป โดยพิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทาง

การขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 : ได้รับเฉพาะส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 : ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากไม่มีการเคลมประกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ 6 : ได้รับทั้งส่วนลดเบี้ยประกันในปีถัดไปและส่วนลดเงินสดสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาเบี้ยประกันจากระยะทางการขับขี่ (มีการติดตั้ง GPS)