

ความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย  
จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่<sup>1</sup>

**Non-life insurance customer satisfaction Syn Munkong Insurance Public Company  
Limited. Case studies of customers from all sales channels of the head office.**

ดลปกรณ์ ทรัพย์สมบูรณ์<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยเปรียบเทียบกับความพึงพอใจ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการจำนวน 5 ด้าน คือ ด้านรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยเก็บข้อมูลจากสถิติลูกค้าที่มาใช้บริการ และซื้อประกันวินาศภัยที่สำนักงานใหญ่ทุกช่องทาง ตั้งแต่วันที่ 20 - 30 กันยายน 2565 ระยะเวลา 10 วัน จำนวน 20,174 คน สามารถคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อวันได้จำนวน 2,017 คน ซึ่งจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตร Taro Yamane (1970) กรณีทราบจำนวนประชากรกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อนที่  $\pm 5\%$  จึงได้ผลลัพธ์เท่ากับจำนวน 350 ตัวอย่าง และได้รับความร่วมมือจากลูกค้าในการตอบแบบสอบถามครบถ้วน และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ t-test, One-way ANOVA, ทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยวิธี Fisher's Least - Significant Different (LSD) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติความสัมพันธ์ (Multiple Regression) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เพศหญิง มีจำนวน 207 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 59.14 อายุ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.29 การศึกษา ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.14 อาชีพ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 120 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.29 รายได้ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วง 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 109 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.14 จำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ

<sup>1</sup> บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์จิรพร ศรีทอง และ คณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ชนบทันธุ์ เอี่ยมโอภาส

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ส่วนกลาง) สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ต่อคุณภาพการให้บริการ ด้าน  
รูปธรรมของบริการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.16$ , S.D. = 0.78) ด้านความน่าเชื่อถือพบว่า  
ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.73) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่า ภาพรวมอยู่  
ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.74) ด้านการให้ความมั่นใจพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} =$   
3.43, S.D. = 0.74) ด้านการดูแลเอาใจใส่พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.73) การ  
ทดสอบตามสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1.1. เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้า  
ประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2. อายุที่  
แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด  
(มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3. การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้า  
ประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4. อาชีพที่  
แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด  
(มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5. รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้าประกัน  
วินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ  
(Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าประกัน  
วินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กับ คุณภาพการให้บริการ ด้านรูปธรรมของบริการ มี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.00\* B = 0.18) เพียงด้านเดียว ด้านความ  
น่าเชื่อถือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.00\* B = 0.10) เพียงด้านเดียว ด้าน  
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.01\* B = 0.09)  
เพียงด้านเดียว ด้านการให้ความมั่นใจ มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่า 0.05 ทุกปัจจัย และด้านการดูแลเอาใจ  
ใส่ มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่า 0.05 ทุกปัจจัย

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ; การบริการ; ประกันวินาศภัย; สินมั่นคงประกันภัย; สำนักงานใหญ่

## ABSTRACT

Non-life Insurance Customer Satisfaction Study Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited Case Study Customers from all sales channels Head office. The purpose is to study the satisfaction of customers who use the company's services. Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited by comparing with satisfaction classified by gender, age, education level, occupation and income of customers towards the service in 5 aspects, namely the concrete aspect of the service; reliability Responding to service recipients aspect of confidence aspect of caring by collecting data from customer statistics who come to use

the service and buy non-life insurance at the head office through all channels From September 20 - 30, 2022, a period of 10 days, the number of 20,174 people can be calculated as an average per day of 2,017 people, which the number of samples used in this research was calculated using the Taro Yamane (1970) formula. The number of population is known, the confidence level is 95%, the degree of error is  $\pm 5\%$ . As a result, the results were equal to 350 samples and received cooperation from customers in answering complete questionnaires. And analyzed the data by statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation. and test the hypothesis by t-test, one-way ANOVA, multiple comparison by Fisher's Least - Significant Different (LSD) method and analysis by correlation (Multiple Regression). From data analysis, it was found that the sex with the highest number was female with 207 samples, representing 59.14%. The age with the highest number was 31-40 years old with 106 samples, representing 30.29%. The highest number is Bachelor's degree with 158 samples, representing 45.14%. The highest number of occupations is private company employees with 120 samples, representing 34.29%. The highest number of income is in the range of 10,001 - 20,000 baht, with 109 samples, representing 31.14%. Average number and the standard deviation of the company's customer satisfaction Syn Man Kong Insurance Public Company Limited on service quality, The physical aspect of the service It was found that the overall score was moderate ( $\bar{X} = 3.16$ , S.D. = 0.78). The overall level was moderate ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.73). The overall score was moderate ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.74). The overall level was at a high level ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 0.74). The overall score is at a high level ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.73). Hypothesis testing found that Hypothesis 1.1. Affecting the satisfaction of non-life insurance customers, Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited is not different. Hypothesis 1.2. Age difference Affecting the satisfaction of non-life insurance customers, Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited is different. Hypothesis 1.3. Different Studies Affecting the satisfaction of non-life insurance customers, Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited is different. Hypothesis 1.4. Different professions Affecting the satisfaction of non-life insurance customers, Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited is different. Hypothesis 1.5. Different income Affecting the satisfaction of non-life insurance customers, Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited is no different. Multiple Linear Regression analysis to find the relationship between Demographic factors of non-life insurance customers of Syn Mun Kong Insurance Public Company Limited and service quality The physical aspect of the service There was a statistical significance at 0.05, including educational factors (Sig. = 0.00\*  $\beta = 0.18$ ) on one side. Reliability There was a statistical significance at 0.05, including educational factors (Sig. = 0.00\*  $\beta = 0.10$ ) on one side. Responding to service recipients There was a statistical significance at 0.05, including educational factors (Sig. = 0.01\*  $\beta = 0.09$ ) on one side. aspect of confidence with statistical

significance greater than 0.05 for all factors and caring There was a statistical significance greater than 0.05 for all factors.

**Keywords:** Satisfaction; Service; Non-life insurance; Syn Mun Kong Insurance; Head office

## บทนำ

### ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2494 ซึ่งเป็นบริษัทประกันวินาศภัยด้านรถยนต์เป็นหลัก และเป็นบริษัทประกันวินาศภัยแห่งแรกที่ได้รับควมไว้วางใจให้จดทะเบียนเข้าเป็นบริษัทรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2534 และในปี พ.ศ. 2537 ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนเป็น บริษัทมหาชนเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัว และเพิ่มศักยภาพในการบริการของบริษัทฯ ให้สูงขึ้น ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับประกันวินาศภัย 4 ประเภท ได้แก่ การประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยเบ็ดเตล็ด การประกันอสังหาริมทรัพย์ และการประกันภัยทางทะเลและขนส่ง บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจพร้อมทั้งรองรับการขยายตัวของธุรกิจจนปัจจุบัน และ ยังดำเนินธุรกิจ ตามภารกิจที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

1. รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการรับประกันภัยด้วยความเป็นธรรม
2. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

3. สร้าง และรักษาความมั่นคงขององค์กรให้เป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน
4. มอบบริการที่ดีให้แก่ประชาชนผู้ใช้บริการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
5. มีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมส่วนรวม มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม
6. มีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจประกันวินาศภัยให้มีความมั่นคง

เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้รถยนต์เป็นจำนวนมาก และมีบริษัทประกันวินาศภัยเพิ่มมากขึ้น ทำให้การตลาดของแข่งขันสูง และรุนแรงมากขึ้น บริษัทฯ จึงมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนอกจากที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้แล้วนั้น การบริการก็เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เช่นกัน บริษัทฯ จึง ได้ขยายสาขา และศูนย์บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องมีสาขา และมีศูนย์บริการลูกค้ารวม 175 แห่งทั่วประเทศ เพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น และยังสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อลูกค้า และภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ อีกด้วย

ซึ่งกระบวนการให้บริการลูกค้าประกันวินาศภัย มีองค์ประกอบที่หลากหลาย อาจส่งผลกระทบต่อ การให้บริการลูกค้า เช่น การให้บริการที่รวดเร็ว สะดวกสบาย การแจ้งข้อมูลประกันภัยที่ถูกต้อง การสนใจ

ดูแลเอาใจใส่ รวมถึงการบริการด้วยความเต็มใจ ปัจจัยที่ได้กล่าวมาแล้วล้วนแต่เป็นปัจจัยด้านบริการลูกค้าที่ บริษัทฯ ให้ความสำคัญ วิเคราะห์ถึงปัญหา และอุปสรรคต่างๆ เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการบริการให้สามารถ สร้างจุดเด่นในการแข่งขันกับบริษัทประกันวินาศภัยอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึง เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าในระยะยาวได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยในเรื่องนี้มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยวิจัยตามแนวความคิดของ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งมี ตัวแปรที่นำมาใช้ประกอบการวิจัยในครั้งนี้ โดยประกอบด้วยตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่

ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าประกันวินาศภัยของ บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) จากสถิติการซื้อประกันวินาศภัยที่สำนักงานใหญ่ทุกช่องทาง ตั้งแต่วันที่ 20 - 30 กันยายน 2565 ระยะเวลา 10 วัน จำนวน 20,174 คน ซึ่งสามารถคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อวันได้ จำนวน 2,017 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 313 ถนนศรีนครินทร์ แขวง หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาตามกรอบความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 5 เดือน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าประกันวินาศภัยของบริษัทฯ จากสถิติการซื้อประกันวินาศภัยที่สำนักงานใหญ่ทุกช่องทาง ตั้งแต่วันที่ 20 - 30 กันยายน 2565 ระยะเวลา 10 วัน จำนวน 20,174 คน ซึ่งสามารถคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อวันได้จำนวน 2,017 คน ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

## ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าประกันวินาศภัยของบริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) จากสถิติการซื้อประกันวินาศภัยที่สำนักงานใหญ่ทุกช่องทาง ตั้งแต่วันที่ 20 - 30 กันยายน 2565 ระยะเวลา 10 วัน จำนวน 20,174 คน ซึ่งสามารถคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อวันได้จำนวน 2,017 คน โดยใช้สูตร Taro Yamane (1970) กรณีทราบจำนวนประชากรกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อนที่  $\pm 5\%$  ซึ่งผลการคำนวณเท่ากับ 333.80 เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึง

เพิ่มตัวอย่างสำรองอีก 5 % เท่ากับจำนวน 16 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ทั้งสิ้นจำนวน 350 ตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Procedure) ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยเลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 10 วัน วันละ 35 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าจากทุกช่องทางขายสำนักงานใหญ่

### การสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้จากการศึกษาในเอกสารต่างๆ ได้แก่ แนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ผ่านการออกแบบสอบถามสำหรับรับสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขายสำนักงานใหญ่ จำนวน 350 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ดำเนินการแจกแบบสอบถามที่อยู่ในรูปแบบของ Google Form ให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ จากทุกช่องทางขายสำนักงานใหญ่ เป็นระยะเวลา 10 วัน วันละ 35 ตัวอย่าง
2. เมื่อได้รับข้อมูลจำนวน 350 ตัวอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล

3. เมื่อข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้อ่านบันทึกเป็นไฟล์ Excel

4. นำไฟล์ Excel ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมจากหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1. วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency)

2. วิเคราะห์ระดับของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้วยร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

1. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการให้บริการสำหรับ ข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบที (t-test)

2. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการให้บริการสำหรับข้อมูลที่สามารถจำแนกได้มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ซึ่งหากพบว่ามี ความแตกต่างจะดำเนินการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยวิธี Fisher's Least - Significant Different (LSD)

การวิเคราะห์ด้วยสถิติความสัมพันธ์ (Multiple Regression)

1. วิเคราะห์คุณภาพการบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามจำนวน 1 ตัวกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เพศหญิง มีจำนวน 207 ตัวอย่าง คิดเป็น ร้อยละ 59.14 อายุ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.29 การศึกษา ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.14 อาชีพ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 120 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.29 รายได้ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วง 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 109 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.14 จำนวนค่าเฉลี่ย และส่วน



เบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปธรรมของบริการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.16$ , S.D. = 0.78) ด้านความน่าเชื่อถือพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.73) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.74) ด้านการให้ความมั่นใจพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 0.74) ด้านการดูแลเอาใจใส่พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.73) การทดสอบตามสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1.1. เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2. อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3. การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4. อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5. รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กับ คุณภาพการให้บริการ ด้านรูปธรรมของบริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.00\* B = 0.18) เพียงด้านเดียว ด้านความน่าเชื่อถือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.00\* B = 0.10) เพียงด้านเดียว ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา (Sig. = 0.01\* B = 0.09) เพียงด้านเดียว ด้านการให้ความมั่นใจ มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่า 0.05 ทุกปัจจัย และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่า 0.05 ทุกปัจจัย

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผู้ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อประกัน หรือ ใช้บริการที่บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน โดยการตั้งสมมติฐาน และทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน จากการสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐาน สามารถอภิปรายรายละเอียดได้ ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1.1. เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน พบว่ามีความขัดแย้งกับแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542 (อ้างถึงใน วุฒิรัตน์ ทองเพชรนิล, 2564 : หน้า 14) ได้สรุปว่า ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรรมการบริโภค แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุภาพร นาคประพันธ์ (2563) ได้สรุปว่า ลักษณะด้านประชากรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจผ่านช่องทางการสื่อสาร Line Official Account ไม่แตกต่างกัน

- สมมติฐานที่ 1.2. อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542 (อ้างถึงใน วุฒิรัตน์ ทองเพชรนิล, 2564 : หน้า 14) ได้สรุปว่า อายุเป็นตัวแปรด้านประชากรที่แตกต่างกันของส่วนการตลาด และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557) ได้สรุปว่า ลูกค้าที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

- สมมติฐานที่ 1.3. การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของอดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2549 (อ้างถึงใน สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล, 2563 : หน้า 14) ได้สรุปว่า การศึกษา เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงภูมิความรู้ หรือวิธีการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกรียงไกร ชนากรไพศาล (2555) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านทั้งสองช่องทางคือ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

- สมมติฐานที่ 1.4. อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกรียงไกร ชนากรไพศาล (2555) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านทั้งสองช่องทางคือ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ และยังสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล (2563) ได้สรุปว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมซื้อประกันภัยการเดินทางต่างประเทศ

- สมมติฐานที่ 1.5. รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน พบว่าขัดแย้งกับแนวคิดทฤษฎีของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2549 (อ้างถึงใน สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล, 2563 : หน้า 14) ได้สรุปว่า นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร นาค

ประพันธ์ (2563) ได้สรุปว่า ลักษณะด้านประชากรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจผ่านช่องทางการ สื่อสาร Line Official Account ไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ เป็นการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) รวมถึงยังสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯ ได้ตรงตามความต้องการกลุ่มของผู้ใช้บริการ ซึ่งจากผลวิจัยในภาพรวมของด้านคุณภาพ 5 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอให้ปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อเป็นพัฒนาศักยภาพในการบริการให้สามารถแข่งขันในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน รวมถึงยังสามารถสร้างผลกำไรสูงสุดได้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าประกันวินาศภัย บริษัท สินมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ลูกค้าจากทุกช่องทางขาย สำนักงานใหญ่ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการให้ตรงความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อ ค่านิยมในการบริโภค และอื่นๆ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์นำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้หลากหลายมิติมากยิ่งขึ้น
3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกใช้คำถามสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการให้เหมาะสมกับยุคสมัย อาจเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และการให้บริการในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ งามนนท์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.** **ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**

เกรียงไกร ธนากรไพศาล. (2555). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เบนจามิน ชไนเดอร์. (2541). บริการเหนือเมฆ วัฒนธรรมองค์กรเพื่อชัยชนะในทุกสนามรบ (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เออาร์ อินฟอร์เมชั่น แอนด์ พับลิเคชั่น

พีระ คงคาวิฑูร. (2558). การประเมินความสำคัญของพฤติกรรมกรรม ความพึงพอใจ และการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อระดับความต้องการทำประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล กรณีผู้มีประกันภัยรถยนต์ในจังหวัดนครสวรรค์. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าเงินทโยบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา

วัชรารักษ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วันวานซ์ท์ วงศ์วิรัชจิต. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิต ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วีรวัฒน์ สายสินवल. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจประเภท 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วุฒิรัตน์ ทองเพชรนิล. (2565). ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อของผู้เอาประกัน และรูปแบบประกันชีวิตสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศิริศักดิ์ บุญรักษา. (2562) คุณภาพการบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของนายหน้าประกันวินาศภัย ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อซ้ำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อประกันภัยการเดินทางต่างประเทศของคณวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สมิต สัจฉกร. (2548). ศิลปะการให้บริการ(พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สายธาร

สุชิราภรณ์ น้อยคง. (2563). ความคิดเห็นของการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ของลูกค้าบริษัท วิริยะ  
ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง

สุภาพร นาคประพันธ์. (2563). การใช้และความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า บริษัท ธนชาติประกันภัย  
จำกัด (มหาชน) ผ่านช่องทางการสื่อสาร LINE Official Account. ค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุรสิทธิ์ นุดโร. (2556). การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยวิธี Conjoint Analysis  
กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์. ศึกษานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน). (2565). ประวัติ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565,  
จาก <https://www.smk.co.th/about>

ราชบัณฑิตสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565,  
จาก <https://dictionary.orst.go.th/index.php>

Taro Yamane. (1970). การกำหนดกลุ่มจำนวนประชากรสำหรับการวิจัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565,  
จาก <https://www.uxresearchlab.com/2021/09/20/taro-yamane-การกำหนดกลุ่มจำนวนปร/>