

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

โลกในยุคปัจจุบัน เป็นผลมาจากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ อันแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงระหว่างป้าเจกบุคคล ชุมชน หน่วยธุรกิจ และรัฐบาล ทั่วทั้งโลก อาจกล่าวได้ว่า เป็นโลกยุคใหม่ถึงการแพร่กระจายไปทั่วโลก การที่ประชาคมโลก ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด ดูได้ สามารถรับรู้ สัมพันธ์ หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ซึ่งเนื่องมาจากการพัฒนาระบบสารสนเทศเป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

ยุคของการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารอย่างไว้พร้อมแคนไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก สามารถรับรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ทำให้คอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน เพราะเป็นเครื่องมือที่รับและแปลงข้อมูลได้รวดเร็ว อีกทั้งไม่มีข้อจำกัด คอมพิวเตอร์ จึงได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล จัดระบบข้อมูลและนำมาใช้ในการสื่อสารถึงกัน ในเวลาอันรวดเร็ว การพัฒนาการติดต่อสื่อสารมั่น ทำให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยการส่งข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Network) ทำให้การติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้คนบนโลกเป็นไปอย่างไว้พร้อมแคน อีกทั้งยังเป็นแหล่งความรู้ ข้อมูล สารสนเทศต่างๆ ให้มากนัย จึงอาจกล่าวได้ว่า ระบบนี้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นอย่างมาก และเข้ามายึดเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนมากในโลกนี้ ขั้ตตราการใช้อินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตในทวีปต่างๆทั่วโลก

ในประเทศไทยเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2530 ในลักษณะการใช้บริการ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แบบแรกเปลี่ยนอีเมล์เป็นครั้งแรก โดยเริ่มที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ (Prince of Songkla University) และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชียหรือสถาบันเอไอที (AIT) ต่อมาได้เริ่มมีการขยายการใช้ครอบคลุ่มสถาบันต่างๆ ในประเทศไทย จากการเริ่มมีการใช้

กันเฉพาะกลุ่มอาจารย์ นิสิต นักศึกษา ไปสู่ประชาชนทั่วไป พร้อมถ่ายมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในธุรกิจปัจจุบันของคนไทย

การขยายตัวของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ส่งผลถึงด้านการทำธุรกิจ เช่น กัน ที่จำเป็นต้องมี การพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้ก้าวทันการพัฒนาในยุคโลกอิเล็กทรอนิกส์ โดยการนำเอา เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกิจการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจ จึง เกิดธุรกิจประเภท อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) หรือที่เรียกว่า พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือ การ ดำเนินกิจการการค้าขาย ที่ใช้เครื่องมือ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วย อาทิเช่น อินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์, วิทยุ, โทรศัพท์, โทรศัพท์, แฟกซ์ เป็นต้น ทั้งในรูปแบบ ข้อความ ภาพและเสียง รวมถึง การค้าขายสินค้าและบริการ การขนส่งผลิตภัณฑ์หรือผลิตที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิตอล (ราชบันทิตยสถาน, 2542)

**บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)** เป็นหนึ่งในบริษัทประกันภัยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีประวัติอันยาวนานโดยถือกำเนิดขึ้นเมื่อปี 2432 และปัจจุบันผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท คือ บริษัท มิตซู สมิโตโม อินชัวรันส์ จำกัด ประเทศญี่ปุ่น Mitsubishi Sumitomo Insurance Co., Ltd. (MSI) of Japan บริษัทประกันภัยขึ้นนำของประเทศญี่ปุ่นและของโลก ซึ่งได้ลงนามสรุปสัญญา ซื้อขายกิจการประกันภัยของบริษัท ovar ว่า ในภูมิภาคเอเชียในเดือน กันยายน 2547 และ สำหรับในประเทศไทย การโอนหุ้นดังกล่าวเสร็จสมบูรณ์ตามขั้นตอนของกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2548

**บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)** ได้แปรสภาพเป็นบริษัท(มหาชน)จำกัดในเดือนตุลาคม 2555 และเป็นสมาชิกหนึ่งในกลุ่มบริษัทประกันภัย MS&AD ด้วยเบี้ยประกันภัยที่เติบโตอย่าง ต่อเนื่องมากกว่าสามพันล้านบาทต่อปีใน ปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินกิจการในประเทศไทยกว่า 120 ปี โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีเครือข่ายสาขากว่า 20 สาขาให้บริการ ครอบคลุมทั่วประเทศ และมีบริการประกันภัยรูปแบบต่างๆดังนี้ (1) ประกันภัยรถยนต์ (2) ประกันภัยที่อยู่อาศัย (3) ประกันภัยการเดินทาง (4) ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล และ (5) ประกันภัยผู้เล่นกอล์ฟ โดยทางบริษัท MSIG จำกัดมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ผ่านตัวแทนจำหน่าย , ผ่าน broker , ผ่านธนาคาร , ผ่าน call center , ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อ ประกันภัยที่มีต่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุงเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัดมหาชน ให้ตรงตามความคาดหวังและความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานสื่อเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษา ถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยผ่านสื่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) มุ่งศึกษาเฉพาะความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยต่อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน

## 1.4 สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้เว็บไซต์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)
3. ความคาดหวังของลูกค้า บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่เชื่อประกันภัยที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์ของ บริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่เชื่อประกันภัยของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) ผ่านช่องทาง เว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)**

**สื่อเว็บไซต์ หมายถึง ช่องทางการเชื่อประกันภัยในรูปแบบออนไลน์โดยในที่นี่คือเว็บไซต์ [www.msig-thai.com](http://www.msig-thai.com)**

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ทัศนคติ ความชอบ ที่เป็นไปในทิศทางบวก ของลูกค้า ที่ชื่อประภัยที่มีต่อการใช้งานเสื้อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการ การคาดการณ์ผลลัพธ์ ซึ่งยังไม่เกิดขึ้นมาแต่อย่างใด ต่อการชื่อประภันภัยผ่านเว็บไซต์ ของลูกค้าที่ชื่อประภันภัยผ่านเสื้อเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน)

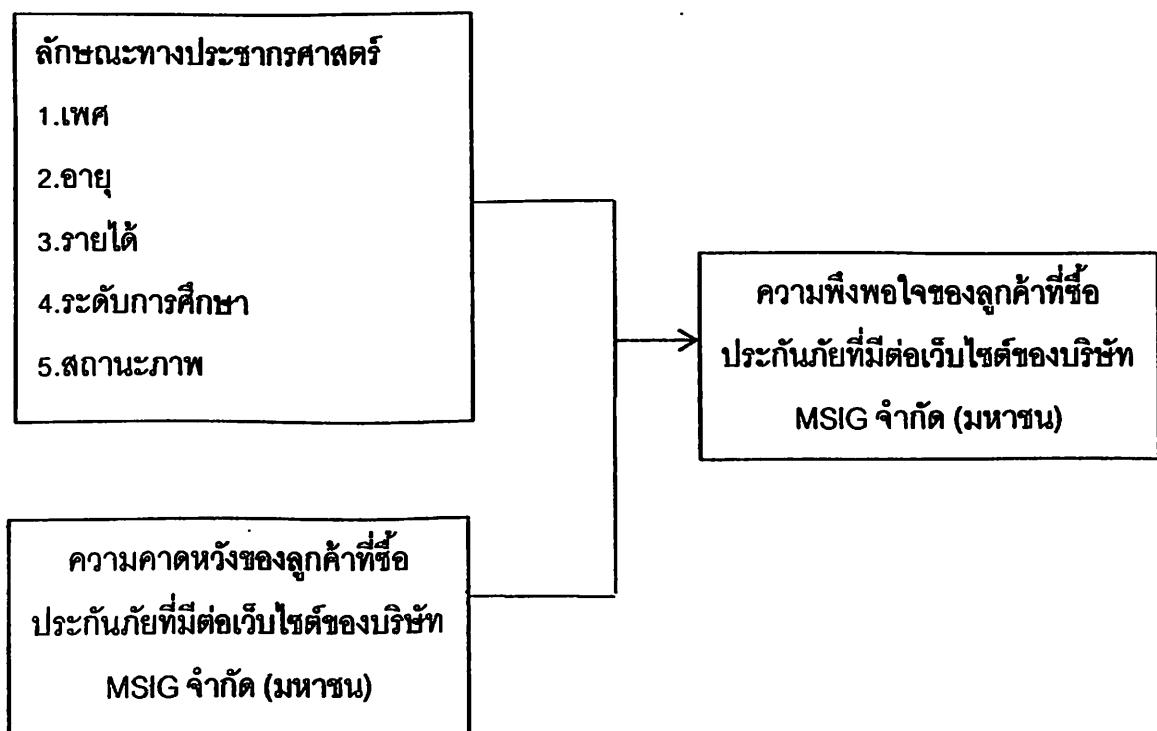
## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่นำไปสู่การพิจารณาในการพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท MSIG จำกัด(มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงเว็บไซต์ ของบริษัท MSIG จำกัด (มหาชน) ต่อไปในอนาคต

## 1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย