



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

เลขที่: .....

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อ  
ประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบคำถามตามรายละเอียดที่ปรากฏในแบบสอบถาม  
ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจาก  
ท่านได้ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นายวสันต์ นัยเนตร  
ผู้วิจัย

คำชี้แจง โปรดตอบคำถาม โดยกาเครื่องหมาย  ลงในช่อง ( ) ที่ท่านเลือก หรือเติมข้อความ  
ในช่องว่างที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1 ชาย

( ) 2 หญิง

2. อายุ

( ) 1 ไม่เกิน 30 ปี

( ) 2 30-40 ปี

( ) 3 41-50 ปี

( ) 4 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

( ) 1 โสด

( ) 2 สมรส

( ) 3 หย่าร้าง

( ) 3 อื่นๆ (ระบุ) .....

## 4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1 ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
 ( ) 2 อนุปริญญา/ปวส.  
 ( ) 3 ปริญญาตรี  
 ( ) 4 สูงกว่าปริญญาตรี(โปรดระบุ.....)

## 5. อาชีพปัจจุบัน

- ( ) 1 ธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) 2 รับราชการ  
 ( ) 3 รัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 4 พนักงานบริษัทเอกชน  
 ( ) 5 อาชีพอิสระ เช่น นายความ, วิศวกร, แพทย์  
 ( ) 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

## 6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1 ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 2 10,000 – 20,000 บาท  
 ( ) 3 20,001 – 30,000 บาท ( ) 4 30,001 – 40,000 บาท  
 ( ) 5 40,000 บาทขึ้นไป (โปรดระบุ.....)

## 7. ปัจจุบันท่านได้ทำประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพประเภทใดบ้าง

- ( ) 1. แบบสะสมทรัพย์  
 ( ) 2. แบบบำนาญ  
 ( ) 3. แบบคุ้มครองชีวิต

## 8. ท่านมีกรมธรรม์จำนวนกี่กรมธรรม์

- ( ) 1. 1 กรมธรรม์ ( ) 2. 2 กรมธรรม์  
 ( ) 3. 3 กรมธรรม์ ( ) 4. 4 กรมธรรม์ขึ้นไป

9. ท่านได้ทราบบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จากแหล่งใด  
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. พนักงานธนาคารแนะนำ    | <input type="checkbox"/> 2. ป้ายหน้าธนาคาร                |
| <input type="checkbox"/> 3. เว็บไซต์ธนาคาร        | <input type="checkbox"/> 4. ศึกษาด้วยตนเอง                |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ  | <input type="checkbox"/> 6. แผ่นพับ / ใบปลิว              |
| <input type="checkbox"/> 7. วิทยุ                 | <input type="checkbox"/> 8. หนังสือพิมพ์                  |
| <input type="checkbox"/> 9. นิตยสาร               | <input type="checkbox"/> 10. ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> 11. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |   |

10. วัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อการออมเงิน     | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อคุ้มครองรายได้และครอบครัว   |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อคุ้มครองสุขภาพ | <input type="checkbox"/> 4. เป็นการประกันที่มีผลรับที่แน่นอน |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ โปรดระบุ..... |  |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร  
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1.1 ชื่อเสียงของธนาคาร					
1.2 ความมั่นคงของธนาคาร					
1.3 รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่น แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)					
1.4 แบบประกันตรงกับความต้องการ					
1.5 ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม					
1.6 แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง					
1.7 ให้ผลตอบแทนในรูปเงินปันผลที่สูง					
1.8 สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง					
1.9 มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง					
1.10 ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนสูง					
1.11 ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน					
<b>2. ด้านราคาเบี้ยประกัน (Price)</b>					
2.1 อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม					
2.2 สามารถชำระเบี้ยเป็นรายงวด					
2.3 ระยะเวลาชำระเบี้ยเหมาะสม					
2.4 สามารถชำระเบี้ยโดยบัตรเครดิตได้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
3.1 สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก					
3.2 ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน เคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต					
3.3 การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวน มาก ครอบคลุมทุกพื้นที่					
3.4 สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ ทุกสาขา					
3.5 สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ					
3.6 มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า					
3.7 มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
3.7 วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ					
<b>4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.1 มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต					
4.2 มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ					
4.3 คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ					
4.4 ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต ครบถ้วนและเข้าใจง่าย					
4.5 มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้					
4.6 มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ					
4.7 มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกัน ชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ					
4.8 ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ ได้ดี					
4.9 การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>5. ด้านบุคคลากร (People)</b>					
5.1 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้					
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.3 พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน					
5.4 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส					
5.5 พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
5.6 พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา					
5.7 พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน					
5.8 พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า					
5.9 พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
6.1 สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย					
6.2 สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย					
6.3 ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โถง					
6.4 ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ					
6.5 ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบเรียบร้อย					
6.6 ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพองามรองรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ให้บริการ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>7. ด้านกระบวนการบริการ (Process)</b>					
7.1 การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว					
7.2 ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว					
7.3 ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์					
7.4 จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ					
7.5 ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
7.6 ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว					
7.7 มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้					

### ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการให้บริการ

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.1 ชื่อเสียงของธนาคารไม่ดี
- 1.2 ธนาคารไม่มีความมั่นคง
- 1.3 รูปแบบของกรรมธรรม์ไม่มีหลากหลายให้เลือก
- 1.4 แบบประกันไม่ตรงกับความต้องการ
- 1.5 ระยะเวลาของกรรมธรรม์ไม่เหมาะสม
- 1.6 แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตต่ำ
- 1.7 ให้ผลตอบแทนในรูปเงินปันผลต่ำ
- 1.8 สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่ำ
- 1.9 มูลค่าเงินเวนคืนกรรมธรรม์ต่ำ
- 1.10 ครอบคลุมสัญญาได้รับผลตอบแทนต่ำ
- 1.11 ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ที่แน่นอน

#### 2. ด้านราคาเบี้ยประกัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 2.1 อัตราเบี้ยประกันไม่มีความเหมาะสม
- 2.2 ไม่สามารถชำระเบี้ยเป็นรายงวด



[ ] 2.3 ระยะเวลาชำระเบี่ยไม่เหมาะสม

[ ] 2.4 ไม่สามารถชำระเบี่ยโดยบัตรเครดิตได้

**3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 3.1 การติดต่อกับพนักงานได้ไม่สะดวก

[ ] 3.2 ชำระเบี่ยประกันไม่ได้หลายช่องทาง

[ ] 3.3 การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนไม่มาก ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่

[ ] 3.4 ไม่สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา

[ ] 3.5 สถานที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการติดต่อ

[ ] 3.6 ไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า

[ ] 3.7 ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ

[ ] 3.8 วัน-เวลาที่เปิดให้บริการไม่สะดวกในการติดต่อ

**4. ด้านส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 4.1 ไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต

[ ] 4.2 ไม่มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ

[ ] 4.3 ไม่ให้คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ

[ ] 4.4 ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตไม่ครบถ้วนและเข้าใจยาก

[ ] 4.5 ไม่มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้

[ ] 4.6 ไม่มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ

[ ] 4.7 ไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ

[ ] 4.8 ของที่ระลึกและของชำร่วยไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้

[ ] 4.9 ไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้

**5. ด้านบุคลากร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 5.1 พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้

[ ] 5.2 พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

[ ] 5.3 พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน

[ ] 5.4 พนักงานไม่มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

[ ] 5.5 พนักงานกิริยามารยาทไม่ดี แต่งกายไม่สะอาดและไม่เรียบร้อย

[ ] 5.6 พนักงานไม่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา

[ ] 5.7 พนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

[ ] 5.8 พนักงานไม่รักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า

[ ] 5.9 พนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ

### 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] 6.1 สถานที่ภายในธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย
- [ ] 6.2 สถานที่ภายนอกธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย
- [ ] 6.3 ภายในธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี ตกแต่งไม่สวยงามทันสมัย และพื้นที่แคบ
- [ ] 6.4 ธนาคารไม่มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ
- [ ] 6.5 ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆไม่เป็นระเบียบ
- [ ] 6.6 ธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่ม ไว้ให้บริการ

### 7. ด้านกระบวนการบริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] 7.1 การให้บริการไม่สะดวกและล่าช้า
- [ ] 7.2 ได้รับกรรมธรรม์ที่ล่าช้า
- [ ] 7.3 ความไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วนของกรรมธรรม์
- [ ] 7.4 จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ
- [ ] 7.5 ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตยุ่งยากซับซ้อน
- [ ] 7.6 ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า
- [ ] 7.7 ระบบการทำงานไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อปรับปรุงการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่ตอบแบบสอบถาม

## ภาคผนวก ข หนังสืออนุญาต



บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

เรียน ประธานคณะกรรมการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตามที่นายวสันต์ นัยเนตร ตำแหน่ง ผู้บริหารทีมพัฒนาการตลาด ภาคเหนือ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รหัสนักศึกษา 511532240 ได้ขออนุญาตค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่” นั้น

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้พิจารณาแล้ว เพื่อเป็นการศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันและนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการให้ตรงความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อการวางแผนและพัฒนากลไกการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร จึงอนุญาตให้นายวสันต์ นัยเนตร ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอนุญาตให้นำผลการศึกษาเผยแพร่สู่สาธารณะได้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายไชน ไสถเทพนิช)



ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาดสถาบันการเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University

23/115-121 สออสชี่๑๖๖๖ ก.พ.ร.๙ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทร. 0-2777-8888 โทรสาร 0-2777-8899 Call Center 0-2777-8000



www.bla.co.th

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นายวสันต์ นัยเนตร

วัน เดือน ปีเกิด

17 กรกฎาคม 2516

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี  
 คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ  
 มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ.2541

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน  
 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)  
 ผู้จัดการอาวุโส ส่วนติดต่อผู้ลงทุน  
 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved