

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการให้บริการและข้อเสนอแนะ

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	109	43.6
หญิง	141	56.4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 56.4 เป็นเพศชาย ร้อยละ 43.6

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	90	36.0
30 – 40 ปี	78	31.2
41 – 50 ปี	59	23.6
50 ปีขึ้นไป	23	9.2
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี มากที่สุดร้อยละ 36.0 รองลงมา 30 – 40 ปี ร้อยละ 31.2 41 – 50 ปี ร้อยละ 23.6 และ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	120	48.0
สมรส	119	47.6
หย่าร้าง	11	4.4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด ร้อยละ 48.0 รองลงมาสมรส ร้อยละ 47.6 และหย่าร้าง ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16	6.4
อนุปริญญา/ปวส.	23	9.2
ปริญญาตรี	174	69.6
สูงกว่าปริญญาตรี	37	14.8
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 69.6 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.8 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 9.2 และต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 6.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	60	24.0
รับราชการ	28	11.2
รัฐวิสาหกิจ	8	3.2
พนักงานบริษัทเอกชน	154	61.6
อาชีพอิสระ เช่น ทนายความ, วิศวกร, แพทย์	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพปัจจุบันคือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 61.6 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 24.0 รับราชการ ร้อยละ 11.2 และรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	4.0
10,000 – 20,000 บาท	109	43.6
20,001 – 30,000 บาท	67	26.8
30,001 – 40,000 บาท	38	15.2
40,000 บาทขึ้นไป	26	10.4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.6 รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 26.8 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 15.2 40,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.4 และต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 4.0



ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทประกันชีวิตที่ทำผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน

ประเภทประกันชีวิตที่ทำผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
แบบสะสมทรัพย์	216	86.4
แบบบำนาญ	11	4.4
แบบคุ้มครองเครดิต	23	9.2
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทประกันชีวิตที่ทำผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบันคือ แบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 86.4 รองลงมา แบบคุ้มครองเครดิต ร้อยละ 9.2 และแบบบำนาญ ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนกรมธรรม์

จำนวนกรมธรรม์	จำนวน	ร้อยละ
1 กรมธรรม์	164	65.6
2 กรมธรรม์	63	25.2
3 กรมธรรม์	15	6.0
4 กรมธรรม์ขึ้นไป	8	3.2
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนกรมธรรม์คือ จำนวน 1 กรมธรรม์ ร้อยละ 65.6 รองลงมา จำนวน 2 กรมธรรม์ ร้อยละ 25.2 จำนวน 3 กรมธรรม์ ร้อยละ 6.0 และ จำนวน 4 กรมธรรม์ขึ้นไป ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบบริการประกันชีวิตผ่าน ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานธนาคารแนะนำ	223	89.2
ป้ายหน้าธนาคาร	45	18.0
เว็บไซต์ธนาคาร	23	9.2
ศึกษาด้วยตนเอง	32	12.8
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	45	18.0
แผ่นพับ /ใบปลิว	32	12.8
วิทยุ	1	0.4
หนังสือพิมพ์	5	2.0
นิตยสาร	6	2.4
ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ	14	5.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คือ พนักงานธนาคารแนะนำ ร้อยละ 89.2 รองลงมาป้ายหน้าธนาคาร เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ เท่ากัน ร้อยละ 18.0 ศึกษาด้วยตนเอง และแผ่นพับ /ใบปลิว เท่ากัน ร้อยละ 12.8 เว็บไซต์ธนาคาร ร้อยละ 9.2 ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 5.6 นิตยสาร ร้อยละ 2.4 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.0 และวิทยุ ร้อยละ 0.4

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิต

วัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการออมเงิน	190	76.0
เพื่อคุ้มครองรายได้และครอบครัว	52	20.8
เพื่อคุ้มครองสุขภาพ	65	26.0
เป็นการประกันที่มีผลรับที่แน่นอน	51	20.4
อื่นๆ	10	4.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 คน

อื่นๆ ได้แก่ ลดหย่อนภาษี (9 คน) คุ้มครองชีวิต (1 คน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิตคือ เพื่อการออมเงิน ร้อยละ 76.0 รองลงมา เพื่อคุ้มครองสุขภาพ ร้อยละ 26.0 เพื่อคุ้มครองรายได้และครอบครัว ร้อยละ 20.8 เป็นการประกันที่มีผลรับที่แน่นอน ร้อยละ 20.4 และ อื่นๆ ร้อยละ 4.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร  
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของธนาคาร	140 (56.0)	100 (40.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52 (มากที่สุด)	2
ความมั่นคงของธนาคาร	155 (62.0)	95 (38.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 (มากที่สุด)	1
รูปแบบของกรมธรรม์มี หลากหลายให้เลือก ( เช่นแบบ ประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบ ประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบ ประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)	37 (14.8)	176 (70.4)	23 (9.2)	14 (5.6)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	11
แบบประกันตรงกับความต้องการ	75 (30.0)	116 (46.4)	59 (23.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	8
ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม	70 (28.0)	139 (55.6)	27 (10.8)	14 (5.6)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	9
แบบประกันให้ความคุ้มครอง ชีวิตที่สูง	99 (39.6)	127 (50.8)	24 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	4
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปัน ผลที่สูง	100 (40.0)	86 (34.4)	51 (20.4)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	7
สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง	100 (40.0)	76 (30.4)	74 (29.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	6
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	84 (33.6)	88 (35.2)	65 (26.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	10

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ครบกำหนดสัญญาได้รับ ผลตอบแทนสูง	97 (38.8)	115 (46.0)	25 (10.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	5
ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน	138 (55.2)	86 (34.4)	13 (5.2)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.19 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 11 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.34) แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนสูง (ค่าเฉลี่ย 4.13) สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ให้ผลตอบแทนในรูปเงินปันผลที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.09) แบบประกันตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง (ค่าเฉลี่ย 3.97) รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่นแบบประกัน Gain 1<sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1<sup>st</sup> 250 และแบบประกัน Gain 1<sup>st</sup> 248) (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราเบี่ยงเบนมีความ เหมาะสม	74 (29.6)	102 (40.8)	74 (29.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	2
สามารถชำระเบี่ยงเบนเป็น รายงวด	74 (29.6)	97 (38.8)	52 (20.8)	27 (10.8)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	4
ระยะเวลาชำระเบี่ยงเบน เหมาะสม	97 (38.8)	101 (40.4)	25 (10.0)	27 (10.8)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	3
สามารถชำระเบี่ยงเบนโดย บัตรเครดิตได้	112 (44.8)	101 (40.4)	14 (5.6)	10 (4.0)	13 (5.2)	4.16 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.97 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถชำระเบี่ยงเบนโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา อัตราเบี่ยงเบนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาชำระเบี่ยงเบนเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และสามารถชำระเบี่ยงเบนเป็นรายงวด (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สามารถติดต่อกับพนักงานได้ สะดวก	114 (45.6)	114 (45.6)	22 (8.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	1
ชำระเบี้ยประกันได้หลาย ช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์ บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์ เซอร์วิทและ บัตรเครดิต	100 (40.0)	140 (56.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
การจัดจำหน่ายต่างสาขาของ ธนาคารมีจำนวน มาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	58 (23.2)	155 (62.0)	37 (14.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	5
สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ย ประกันผ่านธนาคารได้ ทุกสาขา	85 (34.0)	115 (46.0)	50 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	4
สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวก ในการติดต่อ	99 (39.6)	141 (56.4)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	48 (19.2)	179 (71.6)	10 (4.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	6
มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	99 (39.6)	105 (42.0)	46 (18.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	3
วัน- เวลาที่เปิดให้บริการ สะดวกในการติดต่อ	102 (40.8)	138 (55.2)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.24 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และวันเวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ ทุกสาขา (ค่าเฉลี่ย 4.14) การจัดเจ้าหน้าที่ต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนมากครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทาง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	50 (20.0)	128 (51.2)	72 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	6
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ ข้อมูลบริการ	11 (4.4)	203 (81.2)	36 (14.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	7
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ บริการ	35 (14.0)	179 (71.6)	23 (9.2)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	4
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร เกี่ยวกับประกันชีวิต ครบถ้วนและเข้าใจง่าย	63 (25.2)	118 (47.2)	69 (27.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้	59 (23.6)	143 (57.2)	36 (14.4)	12 (4.8)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อ ตัดสินใจซื้อ	75 (30.0)	107 (42.8)	55 (22.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	5
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้า สำหรับการทำประกันชีวิต ใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือ วันสำคัญ	62 (24.8)	130 (52.0)	45 (18.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	6
ของที่ระลึกและของชำร่วย สามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	62 (24.8)	140 (56.0)	35 (14.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	3
การสนับสนุนกิจกรรม สาธารณประโยชน์ เช่น การ สนับสนุนทุนการศึกษาแก่ นักเรียนที่ยากไร้	49 (19.6)	126 (50.4)	62 (24.8)	13 (5.2)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.92 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต และมีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	112 (44.8)	138 (55.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45 (มาก)	4
พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	126 (50.4)	114 (45.6)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	3
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกัน ชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน	112 (44.8)	125 (50.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	5
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส	126 (50.4)	124 (49.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่ง กายสะอาดเรียบร้อย	112 (44.8)	125 (50.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	5
พนักงานคอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	125 (50.0)	125 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
พนักงานมีความรับผิดชอบใน การปฏิบัติงาน	126 (50.4)	124 (49.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
พนักงานรักษาผลประโยชน์ ให้กับลูกค้า	139 (55.6)	111 (44.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	1
พนักงานดูแลลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ	139 (55.6)	98 (39.2)	13 (5.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.47 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน และพนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	98 (39.2)	152 (60.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.39 (มาก)	5
ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว	126 (50.4)	88 (35.2)	36 (14.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	6
ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์	126 (50.4)	101 (40.4)	23 (9.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41 (มาก)	4
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	153 (61.2)	87 (34.8)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	2
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน	152 (60.8)	88 (35.2)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	2
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	149 (59.6)	91 (36.4)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	3
มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้	162 (64.8)	78 (31.2)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61 (มากที่สุด)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.50 (มากที่สุด)</b>	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.56) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์

(ค่าเฉลี่ย 4.41)การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.39) และได้รับชมธรรมชาติที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ภายในอาคารสะอาด เรียบร้อย	91 (36.4)	159 (63.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	1
สถานที่ภายนอกอาคาร สะอาดเรียบร้อย	91 (36.4)	126 (50.4)	33 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	3
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอเอียง	91 (36.4)	139 (55.6)	20 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	2
อาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมา ให้บริการ	78 (31.2)	149 (59.6)	23 (9.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	4
อาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบ เรียบร้อย	64 (25.6)	153 (61.2)	33 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	6
อาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพองบะรองรับ บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	61 (24.4)	179 (71.6)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.24 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มี

ผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.28 ) สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.22) ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.12 )

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	มาก	5
ด้านราคา	3.97	มาก	6
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.24	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	มาก	7
ด้านบุคลากร	4.47	มาก	2
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.50	มากที่สุด	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.24	มาก	3

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92)



ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร  
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้โดย  
เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร  
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.50 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ความมั่นคงของธนาคาร	4.61 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก ( เช่นแบบ ประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบ ประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
แบบประกันตรงกับความต้องการ	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)
ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)
แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลที่สูง	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)
สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)



ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนสูง	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)
ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)	4.34 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.23 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.19 (มาก)</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.54) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.30)



ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.37 (มาก)
ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิซ และบัตรเครดิต	4.29 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)
การจัดเจ้าหน้าที่ต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)
สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)	4.14 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)
วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)	4.37 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>	<b>4.18 (มาก)</b>	<b>4.28 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.18) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ชำระเบี้ยประกันได้หลาย

ช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และวัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.41) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และ สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วน และเข้าใจง่าย	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่ หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	4.02 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)
การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ในปัจจุบันย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดีเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.95)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.44 (มาก)	4.48 (มาก)	4.46 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ ประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.50 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	4.48 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.50 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	4.52 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.45 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.45 (มาก)	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง  
ให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.45) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย  
4.49)

ในปัจจุบันย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.55) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.52)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.46 (มาก)	4.34 (มาก)	4.39 (มาก)
ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.35 (มาก)	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)
ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	4.59 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.61 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	4.55 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.62 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>	<b>4.52 (มากที่สุด)</b>	<b>4.48 (มาก)</b>	<b>4.50 (มากที่สุด)</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.61) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.56) และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.53)

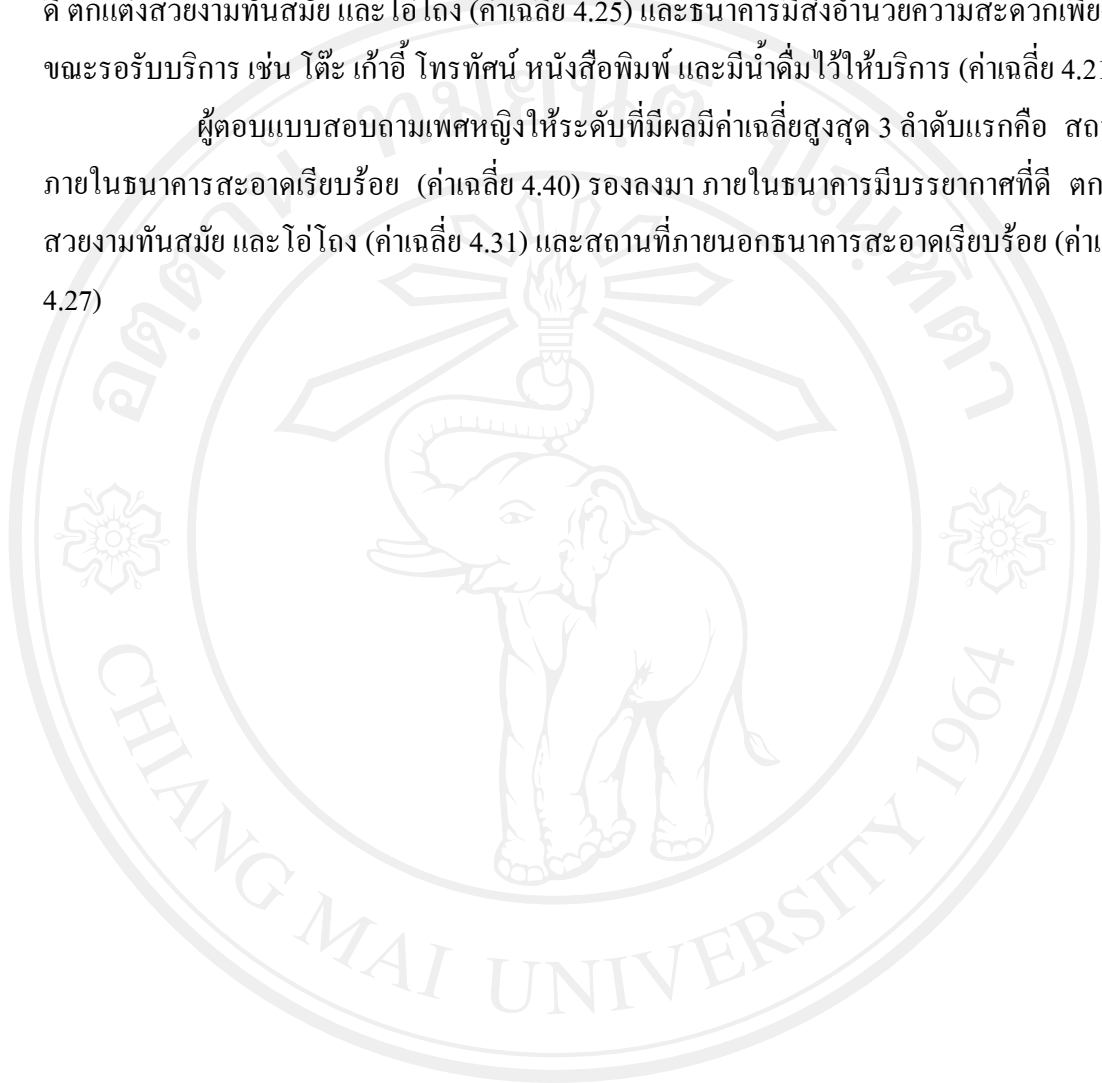
ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัยและโอโถง	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)
ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)
ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>	<b>4.21 (มาก)</b>	<b>4.26 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 25พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.25) และธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.31) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.27)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=109	n=141	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.45 (มาก)	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.52 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21 (มาก)	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.45) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

#### 4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่าน

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.47 (มาก)	4.49 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.52 (มาก)
ความมั่นคงของธนาคาร	4.62 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.62 (มาก)
รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก ( เช่น แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
แบบประกันตรงกับความต้องการ	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)
แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลที่สูง	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนสูง	4.09 (มาก)	4.26 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)
ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.20 (มาก)</b>	<b>4.21 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.19 (มาก)</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.20) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.21) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) และแบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราเบี่ยงแปรกันมีความเหมาะสม	3.99 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระเบี่ยงแปรกันเป็นรายงวด	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)
ระยะเวลาชำระเบี่ยงแปรกันเหมาะสม	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)
สามารถชำระเบี่ยงแปรกันโดยบัตรเครดิตได้	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	4.16 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.04) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.04) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยงแปรกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี่ยงแปรกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และอัตราเบี่ยงแปรกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยงแปรกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี่ยงแปรกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และอัตราเบี่ยงแปรกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยงแปรกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา อัตราเบี่ยงแปรกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และระยะเวลาชำระเบี่ยงแปรกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.74)



ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)	4.40 (มาก)	4.37 (มาก)
ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน เคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์ เซอร์วิฟและ บัตรเครดิต	4.24 (มาก)	4.44 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)
การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	3.99 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)
สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.28 (มาก)	4.21 (มาก)
วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)	4.44 (มาก)	4.37 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.28 (มาก)</b>	<b>4.28 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.16) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.28) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.28)



ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.44) และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.41) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต ครบถ้วนและเข้าใจง่าย	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูล ได้	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิต ใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)
การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.92) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.94) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ในปัจจุบันย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คำนแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อ ตัดสินใจซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมี บริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มี โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.47 (มาก)	4.45 (มาก)	4.43 (มาก)	4.45 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.46 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ ประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน	4.44 (มาก)	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.53 (มากที่สุด)	4.46 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.44 (มาก)	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	4.50 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.53 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.54 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.50 (มากที่สุด)</b>	<b>4.45 (มาก)</b>	<b>4.47 (มาก)</b>	<b>4.47 (มาก)</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.50) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.45) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.53) และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.51) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.35 (มาก)	4.39 (มาก)
ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.37 (มาก)	4.24 (มาก)	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)
ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์	4.46 (มาก)	4.31 (มาก)	4.46 (มาก)	4.41 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	4.59 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.58 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.62 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.52 (มากที่สุด)</b>	<b>4.44 (มาก)</b>	<b>4.53 (มากที่สุด)</b>	<b>4.50 (มากที่สุด)</b>

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.52) และอายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.53) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ขั้นตอน

ในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.60) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.60)



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)
สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)
ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.12 (มาก)
ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรองรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.17 (มาก)</b>	<b>4.30 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.24) อายุ 30-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.17) อายุ 40 ปีขึ้นไป (4.30)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)



ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.35)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	30 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป	รวม
	n=90	n=78	n=82	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.47 (มาก)	4.47 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.52 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

#### 4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่าน

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
ความมั่นคงของธนาคาร	4.68 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่น แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
แบบประกันตรงกับความต้องการ	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม	3.88 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.30 (มาก)
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลที่สูง	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)
สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง	4.12 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ครบกำหนดคดียาได้รับผลตอบแทนสูง	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)
ได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.18 (มาก)</b>	<b>4.27 (มาก)</b>	<b>4.18 (มาก)</b>	<b>4.19 (มาก)</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.18) อาชีพ รับราชการ/  
พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.27) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.60) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) และแบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)
สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.92) อาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.03) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก	4.32 (มาก)	4.22 (มาก)	4.42 (มาก)	4.37 (มาก)
ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน เคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์ เซอร์วิทและบัตรเครดิต	4.28 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ ทุกสาขา	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.20 (มาก)</b>	<b>4.17 (มาก)</b>	<b>4.27 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง อาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.20) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.17) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40)



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต ครบถ้วนและเข้าใจง่าย	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิต ใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.91) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.94)



ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข่าวดสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ข่าวดสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ			
	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.47 (มาก)	4.47 (มาก)	4.44 (มาก)	4.45 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.53 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ ประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	4.47 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.45 (มาก)	4.44 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.48 (มาก)</b>	<b>4.46 (มาก)</b>	<b>4.48 (มาก)</b>	<b>4.47 (มาก)</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.48) อาชีพ รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.46) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.47) และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.35 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)
ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)
ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์	4.52 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	4.67 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.67 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	4.62 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.70 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.56 (มากที่สุด)</b>	<b>4.53 (มากที่สุด)</b>	<b>4.46 (มาก)</b>	<b>4.50 (มากที่สุด)</b>

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.56) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.53) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา จำนวน

เจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.61) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.35 (มาก)	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)
สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)
ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>	<b>4.25 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.22) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.25) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.24)



ตารางที่ 42 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	รวม
	n=60	n=36	n=154	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.48 (มาก)	4.46 (มาก)	4.48 (มาก)	4.47 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.56 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.48) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27)



ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

#### 4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.44 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ความมั่นคงของธนาคาร	4.59 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่น แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 220, แบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 250 และแบบประกัน Gain 1 <sup>st</sup> 248)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.94 (มาก)
แบบประกันตรงกับความต้องการ	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)
ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสม	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)
แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.36 (มาก)	4.30 (มาก)
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลที่สูง	4.11 (มาก)	4.22 (มาก)	3.92 (มาก)	4.09 (มาก)
สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูง	4.03 (มาก)	4.22 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	3.90 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)



ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราเบี่ยงประกันมีความเหมาะสม	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระเบี่ยงประกันเป็นรายงวด	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)
ระยะเวลาชำระเบี่ยงประกันเหมาะสม	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)
สามารถชำระเบี่ยงประกันโดยบัตรเครดิตได้	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ ต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.01) 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.04) 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยงประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี่ยงประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และอัตราเบี่ยงประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยงประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี่ยงประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และอัตราเบี่ยงประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคืออัตราเบี่ยงประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา สามารถ

ชำระเบี้ยประกัน โดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n=250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)
ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ทำการ ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิซและบัตรเครดิต	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.45 (มาก)	4.36 (มาก)
การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	4.27 (มาก)	4.08 (มาก)
สามารถติดต่อชำระค่าเบี้ยประกันผ่านธนาคารได้ทุก สาขา	4.18 (มาก)	3.99 (มาก)	4.22 (มาก)	4.14 (มาก)
สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.44 (มาก)	4.21 (มาก)
วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	4.36 (มาก)	4.28 (มาก)	4.47 (มาก)	4.37 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>	<b>4.17 (มาก)</b>	<b>4.34 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ ต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.22) 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.17) 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ทำการไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และวัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาวัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม เคาน์เตอร์บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต ครบถ้วนและเข้าใจง่าย	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)	4.20 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้	4.05 (มาก)	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)
การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ ต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.92) 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.91) 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ และมีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.44 (มาก)	4.42 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.40 (มาก)	4.46 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ ประกันชีวิตที่ถูกต้องครบถ้วน	4.39 (มาก)	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.49 (มาก)	4.49 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.39 (มาก)	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	4.51 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.49 (มาก)	4.49 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	4.56 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.52 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.47 (มาก)	4.45 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อ  
เดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.47)



20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.45) และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.49) และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) และพนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.36 (มาก)	4.48 (มาก)	4.36 (มาก)	4.39 (มาก)
ได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.21 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.36 (มาก)
ความถูกต้องครบถ้วนของกรรมธรรม์	4.28 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	4.48 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.48 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	4.46 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.50 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.40 (มาก)</b>	<b>4.61 (มากที่สุด)</b>	<b>4.56 (มากที่สุด)</b>	<b>4.50 (มากที่สุด)</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.40) ส่วนรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้

(ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อนและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)
สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย	4.23 (มาก)	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอ้โคง	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)
ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ ทันสมัยมาให้บริการ	4.27 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.22 (มาก)
ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็น ระเบียบเรียบร้อย	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรอบรับ บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมี น้ำดื่มไว้ให้บริการ	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.25 (มาก)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากดังนี้ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.25) 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โคง และธนาคารมี

เครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสถานที่  
ภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสถานที่ภายในอาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา  
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสถานที่  
ภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสถานที่ภายในอาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา  
ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสถานที่  
ภายนอกอาคารสะอาดเรียบร้อยและอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ  
เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 50 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=119	n=67	n=64	n =250
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	4.22 (มาก)	4.17 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.47 (มาก)	4.45 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.40 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.45) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.51) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

## ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการให้บริการและข้อเสนอแนะ

### 4.1 ปัญหาที่พบในการให้บริการ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของธนาคารไม่ดี	14	5.6
ธนาคารไม่มีความมั่นคง	0	0.0
รูปแบบของกรมธรรม์ไม่มีหลากหลายให้เลือก	53	21.2
แบบประกันไม่ตรงกับความต้องการ	59	23.6
ระยะเวลากรมธรรม์ไม่เหมาะสม	200	80.0
แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตต่ำ	40	16.0
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลต่ำ	76	30.4
สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่ำ	14	5.6
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์ต่ำ	86	34.4
ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนต่ำ	63	25.2
ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ที่แน่นอน	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 51 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ระยะเวลากรมธรรม์ไม่เหมาะสม ร้อยละ 80.0 รองลงมามูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์ต่ำ ร้อยละ 34.4 ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลต่ำ ร้อยละ 30.4 ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนต่ำ ร้อยละ 25.2 แบบประกันไม่ตรงกับความต้องการ ร้อยละ 23.6 รูปแบบของกรมธรรม์ไม่มีหลากหลายให้เลือก ร้อยละ 21.2 แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตต่ำ ร้อยละ 16.0 ชื่อเสียงของธนาคารไม่ดี และสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่ำ ร้อยละ 5.6



ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
อัตราเบี้ยประกันไม่มีความเหมาะสม	48	19.2
ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด	78	31.2
ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันไม่เหมาะสม	233	93.2
ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้	12	4.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 52 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันไม่เหมาะสม ร้อยละ 93.2 รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด ร้อยละ 31.2 อัตราเบี้ยประกันไม่มีความเหมาะสม ร้อยละ 19.2 และไม่สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ

ปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การติดต่อกับพนักงานได้ไม่สะดวก	39	15.6
ชำระเบี้ยประกันไม่ได้หลายช่องทาง	34	13.6
การจัดจำหน่ายต่างสาขาของธนาคารมีจำนวนไม่มาก ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่	0	0.0
ไม่สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา	13	5.2
สถานที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการติดต่อ	27	10.8
ไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	27	10.8
ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	61	24.4
วัน-เวลาที่เปิดให้บริการไม่สะดวกในการติดต่อ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 24.4 รองลงมา การติดต่อกับพนักงานได้ไม่สะดวก ร้อยละ 15.6 ชำระเบี้ยประกันไม่ได้หลายช่องทาง ร้อยละ 13.6 สถานที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการติดต่อ และไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เท่ากัน ร้อยละ 10.8 ไม่สามารถติดต่อผ่านธนาคารได้ทุกสาขา ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต	89	35.6
ไม่มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	11	4.4
ไม่ให้คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	27	10.8
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตไม่ครบถ้วนและเข้าใจยาก	44	17.6
ไม่มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้	0	0.0
ไม่มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	54	21.6
ไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	68	27.2
ของที่ระลึกและของชำร่วยไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้	41	16.4
ไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	53	21.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 54 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุดคือไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 35.6 รองลงมาไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ร้อยละ 27.2 ไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ ร้อยละ 21.2 ไม่มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 21.6 ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตไม่ครบถ้วนและเข้าใจยาก ร้อยละ 17.6 ของที่ระลึกและของชำร่วยไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ ร้อยละ 16.4 ไม่ให้คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 10.8 และไม่มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	38	15.2
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	34	13.6
พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ต้องครบถ้วน	22	8.8
พนักงานไม่มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	38	15.2
พนักงานกิริยามารยาทไม่ดี แต่งกายไม่สะอาดและไม่เรียบร้อย	14	5.6
พนักงานไม่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	14	5.6
พนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	24	9.6
พนักงานไม่รักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	11	4.4
พนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ	75	30.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 55 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาหนักที่สุดคือ พนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ ร้อยละ 30.0 รองลงมาพนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ และพนักงานไม่มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เท่ากัน ร้อยละ 15.2 พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 13.6 พนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ร้อยละ 9.6 พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตที่ต้องครบถ้วน ร้อยละ 8.8 พนักงานไม่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา และพนักงานกิริยามารยาทไม่ดี แต่งกายไม่สะอาดและไม่เรียบร้อย เท่ากัน ร้อยละ 5.6 และพนักงานไม่รักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า ร้อยละ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บริการไม่สะดวกและล่าช้า	52	20.8
ได้รับกรมธรรม์ที่ล่าช้า	65	26.0
ความไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วนของกรมธรรม์	49	19.6
จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ	12	4.8
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตยุ่งยากซับซ้อน	10	4.0
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า	75	30.0
ระบบการทำงานไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 56 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า ร้อยละ 30.0 รองลงมาได้รับกรมธรรม์ที่ล่าช้า ร้อยละ 26.0 การให้บริการไม่สะดวกและล่าช้า ร้อยละ 20.8 ความไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วนของกรมธรรม์ ร้อยละ 19.6 จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 4.8 และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตยุ่งยากซับซ้อน ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ภายในธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย	14	5.6
สถานที่ภายนอกธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย	13	5.2
ภายในธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี ตกแต่งไม่สวยงามทันสมัย และพื้นที่แคบ	37	14.8
ธนาคารไม่มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ	53	21.2
ธนาคารมีการจัดวางอุปกรณ์ แบบฟอร์มต่างๆไม่เป็นระเบียบ	25	10.0
ธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	60	24.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 57 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ ร้อยละ 24.0 ธนาคารไม่มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ ร้อยละ 21.2 ภายในธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี ตกแต่งไม่สวยงามทันสมัย และพื้นที่แคบ ร้อยละ 14.8 สถานที่ภายในธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย ร้อยละ 5.6 และสถานที่ภายนอกธนาคารไม่สะอาดไม่เรียบร้อย ร้อยละ 5.2

#### 4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ

- ควรจะลดเบี้ยประกัน (10 คน)
- ควรมีของชำร่วยที่ดูดีมากกว่านี้ (8 คน)
- ควรลดระยะเวลาการรับประกันลง (3 คน)