

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 250 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.4 อายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 36.0 สถานภาพโสด ร้อยละ 48.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 69.6 อาชีพปัจจุบันคือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 61.6 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.6 ประเภทประกันชีวิตที่ทำผ่านธนาคารกรุงเทพในปัจจุบันคือ แบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 86.4 จำนวนกรมธรรม์คือ 1 กรมธรรม์ ร้อยละ 65.6 แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบทราบบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คือ พนักงานธนาคารแนะนำ ร้อยละ 89.2 วัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิตคือ เพื่อการออมเงิน ร้อยละ 76.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ระดับที่มีผลในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ แบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และ วัน-เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่

เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23)

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

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลโดยรวมในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.61) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

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

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.45) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

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

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) และอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา อัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและ บัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และวัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

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

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ ของที่ระลึกและของขวัญสามารถให้ประโยชน์ได้ดี เท่ากัน

(ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

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

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.45) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.49)

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

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

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.61) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

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

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอ้โง่ง (ค่าเฉลี่ย 4.25) และธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายใน ธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.31) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.27)

3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่าน ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

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

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) และได้รับ สิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี่ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และอัตราเบี่ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี่ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา อัตราเบี่ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และระยะเวลาชำระเบี่ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา ชำระเบี่ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.44) และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ชำระเบี่ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.41) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใส่ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

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

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

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

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ อายุไม่เกิน 30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.52) และอายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.53) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี ที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.60) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

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

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

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.35)

3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่าน

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.48) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

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

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

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

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

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

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

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และชำระ

เบียดเบียนกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพ ประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชำระเบียดเบียนกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวก ในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวก ในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และชำระเบียดเบียนกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ เอทีเอ็ม เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิท และบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพที่มีผลโดยรวมมี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ดังนี้ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.91) อาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ แรกคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกัน ชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการสนับสนุน กิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร เกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ , วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

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

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาสปิริตให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาสปิริตให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ ขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.62)

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

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

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอาชีพที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และ โอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพองบะรรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

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

34 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

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

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

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมา ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.67) และได้รับสิทธิประโยชน์แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) และแบบประกันให้ความคุ้มครองชีวิตที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคืออัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 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 ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต, ที่ทำการไปรษณีย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และวัน-เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาวัน-เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร, ตู้เอทีเอ็ม, เคาน์เตอร์บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต ที่ทำการไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิทและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

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

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

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.47) 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.45) และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และพนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.51)

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

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

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ 20,000-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.46)

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

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง และธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อยและธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการให้บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ระยะเวลากรรมธรรม์ไม่เหมาะสม ร้อยละ 80.0 รองลงมามูลค่าเงินเวนคืนกรรมธรรม์ต่ำ ร้อยละ 34.4 และให้ผลตอบแทนในรูปแบบปันผลต่ำ ร้อยละ 30.4

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันไม่เหมาะสม ร้อยละ 93.2 รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด ร้อยละ 31.2 และอัตราเบี้ยประกันไม่มีความเหมาะสม ร้อยละ 19.2

ปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 24.4 รองลงมา การติดต่อกับพนักงานได้ไม่สะดวก ร้อยละ 15.6 และชำระเบี้ยประกันไม่ได้หลายช่องทาง ร้อยละ 13.6

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 35.6 รองลงมาไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ร้อยละ 27.2 และไม่มี การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ ร้อยละ 21.2

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือพนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ ร้อยละ 30.0 รองลงมาพนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ และพนักงานไม่มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เท่ากัน ร้อยละ 15.2 และพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 13.6

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า ร้อยละ 30.0 รองลงมาได้รับกรมธรรม์ที่ล่าช้า ร้อยละ 26.0 และการให้บริการไม่สะดวกและล่าช้า ร้อยละ 20.8

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ ร้อยละ 24.0 รองลงมาธนาคารไม่มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ ร้อยละ 21.2 และภายในธนาคารมีบรรยากาศไม่ดี ตกแต่งไม่สวยงามทันสมัย และพื้นที่แคบ ร้อยละ 14.8

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการหรือ 7P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ, 2541) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคารของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา

(2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกฤต ภิญโญ (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการประกันชีวิตของธุรกิจสถาบันธนาคารผ่านธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดแพร่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ แบบประกันที่ตรงตามความต้องการมีหลากหลาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือผลประโยชน์ที่ได้รับจากกรมธรรม์

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคืออัตราเบี้ยประกันภัยเหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกฤต ภิญโญ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ อัตราเบี้ยประกันเหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ จำนวนเบี้ยประกันของกรมธรรม์

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และ วัน- เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือสามารถติดต่อกับตัวแทนหรือบริษัทประกันชีวิตได้สะดวก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกฤต ภิญโญ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือธนาคารที่เป็นช่องทางจำหน่ายมีความมั่นคง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบริการ Call Center สอบถามข้อมูลได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกฤต ภิญโญ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือการมี Call center สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับ

แรกคือการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือการที่บริษัทประกันชีวิตมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษากรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงามทันสมัย และโอโถง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา กรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของราตรี ตั้งจิตรมณีสักดา (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสะดวกและรวดเร็ว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา กรรณก มีประเสริฐวาจา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ มีระบบข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่ทำประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และประเภทประกันชีวิตที่ทำปัจจุบันคือ แบบสะสมทรัพย์ โดยมีจำนวนกรมธรรม์ จำนวน 1 กรมธรรม์

2. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบบริการประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

คือ พนักงานธนาคารแนะนำ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการทำประกันชีวิตเพื่อการออมเงิน รองลงมาเพื่อคุ้มครองสุขภาพ

5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุด ส่วนเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดด้านปัจจัยด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้ที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร และ ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร และ ชื่อเสียงของธนาคารเหมือนกัน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าทุกช่วงอายุให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร และ ชื่อเสียงของธนาคารเหมือนกัน ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร

7. ปัจจัยด้านราคา (เบี้ยประกัน) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลลำดับแรกคือ สามารถชำระเบี้ยประกันโดยบัตรเครดิตได้ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เหมือนกัน

8. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผลทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลลำดับแรกคือสามารถติดต่อกับพนักงานได้สะดวก และวัน-เวลาที่เปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เหมือนกัน

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผล
ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลลำดับแรกคือมีบริการ Call
Center สอบถามข้อมูลได้ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าให้
ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เหมือนกัน

9. ปัจจัยด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลเกือบ
ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ พนักงาน
ดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความ
รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน พนักงานรักษาสลประโยชน์ให้กับลูกค้า และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี
ยิ้มแย้มแจ่มใส

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าในเรื่องพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพศหญิงให้
ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุด ส่วนเพศชายให้ระดับที่มีผลในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าในเรื่อง พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา
อายุ ไม่เกิน 30 ปี และอายุ 30-40 ปี ให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด และในเรื่อง
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน อายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผล
ในระดับมากที่สุด และในเรื่อง พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อาชีพ 40 ปีขึ้นไปให้
ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในเรื่อง
เรื่อง พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงานรักษาสลประโยชน์ให้กับลูกค้า
ส่วนอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานคอย
ให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงาน
รักษาสลประโยชน์ให้กับลูกค้า ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลในระดับมาก
ที่สุดในเรื่อง พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา พนักงานรักษาสลประโยชน์ให้กับ
ลูกค้า และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

10. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มีผล
ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลลำดับแรกคือ สถานที่ภายใน
ธนาคารสะอาดเรียบร้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่าให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยใน
ระดับมาก เหมือนกัน

11. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ที่มี

ผลให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน

เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่าให้ระดับที่มีผลทุกปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน เหมือนกัน

12. ปัญหาที่ลูกค้าพบในการให้บริการมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ระยะเวลากรมธรรม์เหมาะสมยาว ด้านราคาได้แก่ ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันยาว ด้านช่องทางการให้บริการได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอของเคาน์เตอร์บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ความมั่นคงของธนาคาร	4.62 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์	1
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.61 (มากที่สุด)	ด้านการกระบวนการให้บริการ	2
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	4.57 (มากที่สุด)	ด้านการกระบวนการให้บริการ	3
ขั้นตอนในการทำประกันชีวิต ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.57 (มากที่สุด)	ด้านการกระบวนการให้บริการ	4
พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า	4.56 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	5
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว	4.56 (มากที่สุด)	ด้านการกระบวนการให้บริการ	6
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.52 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์	7
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.50 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	9

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.50 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	9
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.50 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	9
พนักงานคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	4.50 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	9
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.46 (มาก)	ด้านบุคลากร	10

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลปัจจัยย่อยจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก คือ ความมั่นคงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และขั้นตอนในการทำประกันชีวิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.57) พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.56) ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.52) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และพนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยไปหามาก 10 ลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด	3.76 (มาก)	ด้านราคา	1
การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้	3.79 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2
มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	3.90 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต	3.91 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยไปหามาก 10 ลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.91 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4
มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ	3.92 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	5
รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่นแบบประกัน Gain 1st 220, แบบประกัน Gain 1st 250 และแบบประกัน Gain 1st 248)	3.94 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	6
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.94 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	6
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	3.95 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	7
ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม	3.96 (มาก)	ด้านราคา	8
มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง	3.97 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	9
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย	3.98 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลปัจจัยย่อยจากน้อยไปหามาก 10 ลำดับสุดท้าย คือ สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด (ค่าเฉลี่ย 3.76) การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากไร้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต และมีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการให้ของที่ระลึกเมื่อตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายให้เลือก (เช่นแบบประกัน Gain 1st 220, แบบประกัน Gain 1st 250 และแบบประกัน Gain 1st 248) และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) มูลค่าเงินเวนคืนกรมธรรม์สูง (ค่าเฉลี่ย 3.97) และข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิตครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 60 แสดงปัญหาที่พบในการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	จำนวน	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ระยะเวลากรรมธรรม์ไม่เหมาะสม	200	ด้านผลิตภัณฑ์	1
ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันไม่เหมาะสม	191	ด้านราคา	2
ไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต	89	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3
มูลค่าเงินเวนคืนกรรมธรรม์ต่ำ	86	ด้านผลิตภัณฑ์	4
ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด	78	ด้านราคา	5
ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลต่ำ	76	ด้านผลิตภัณฑ์	6
พนักงานดูแลลูกค้าไม่สม่ำเสมอ	75	ด้านบุคลากร	7
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า	75	ด้านกระบวนการให้บริการ	7
ไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	68	ด้านการส่งเสริมการตลาด	8
ได้รับกรรมธรรม์ที่ล่าช้า	65	ด้านกระบวนการให้บริการ	9
ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนต่ำ	63	ด้านผลิตภัณฑ์	10

ปัญหาในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 10 ลำดับแรก คือ ระยะเวลากรรมธรรม์ไม่เหมาะสมจำนวน 200 คน ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันไม่เหมาะสม จำนวน 191 ราย ไม่มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, และอินเทอร์เน็ต จำนวน 89 ราย มูลค่าเงินเวนคืนกรรมธรรม์ต่ำ จำนวน 86 ราย ไม่สามารถชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด จำนวน 78 ราย ให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลต่ำ จำนวน 76 ราย ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า จำนวน 75 ราย ไม่มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการทำประกันชีวิตใหม่หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ จำนวน 68 ราย ได้รับกรรมธรรม์ที่ล่าช้า จำนวน 65 ราย ครบกำหนดสัญญาได้รับผลตอบแทนต่ำ จำนวน 63 ราย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาที่พบว่าเรื่องความมั่นคงของธนาคารและชื่อเสียงของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในระดับมากที่สุด ดังนั้น บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรออกแบบของประกันชีวิตที่จัดจำหน่ายผ่านช่องทาง Bancassurance ให้หลากหลายขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีจำหน่ายในตระกูลสะสมทรัพย์เท่านั้น นอกจากนั้นควรมีแบบประกันชีวิตที่หลากหลาย เช่น แบบประกันชีวิต ในตระกูลตลอดชีพ ที่เน้นความคุ้มครอง สามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน และจากผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าลูกค้าได้ให้ความสนใจในเรื่องของระยะเวลาของกรมธรรม์ไม่เหมาะสม ดังนั้นควรออกแบบประกันชีวิตที่มีระยะเวลาของกรมธรรม์หลากหลายให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกตามความต้องการ เช่น 5, 7 หรือ 10 ปี เป็นต้น อีกทั้งต้องสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

ในส่วนของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยแบ่งตามลักษณะของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น ลูกค้ากลุ่มเงินฝาก ควรนำเสนอแบบประกันสะสมทรัพย์ หรือ ลูกค้ากลุ่มสินเชื่อ ควรนำเสนอแบบประกันตลอดชีพ ซึ่งเน้นการให้ความคุ้มครองที่สูง เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรเปิดบริการให้ลูกค้าสามารถชำระเบี้ยประกันชีวิต ผ่านบัตรเครดิตของทุกธนาคารและสามารถชำระเบี้ยประกันชีวิต เป็นรายเดือน ราย 3 เดือน และราย 6 เดือนได้ พร้อมทั้งออกแบบ แบบประกันชีวิตที่มีอัตราเบี้ยประกันและมีระยะเวลาชำระเบี้ยประกันเหมาะสมซึ่งแตกต่างกันออกไปตามกลุ่มของลูกค้า ตามกลยุทธ์ที่ทางธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มช่องในการให้บริการผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต โดยเฉพาะอีกหนึ่งช่องทาง เพราะประกันชีวิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก ต้องใช้เวลาพอสมควรในการอธิบายไม่ว่าจะเป็นช่วงของการนำเสนอหรืออธิบายเพิ่มเติมรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่เป็นการรบกวนลูกค้ากลุ่มที่มาติดต่อใช้บริการผลิตภัณฑ์อื่นของทางธนาคารด้วย ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรเปิดให้บริการ Call Center เฉพาะลูกค้า Bancassurance ที่ติดต่อสอบถามเข้ามา เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และพนักงานไม่เกิดความสับสนในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธเพื่อประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆของการทำประกันชีวิต ในบริเวณธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาด ของกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ร่วมกับพนักงานของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าทราบ

ในส่วนของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรยื่นข้อเสนอให้พนักงานแนะนำสินค้าประกันชีวิตที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และควรมีการทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ Bancassurance ที่ทางธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาด ที่เข้าไปให้บริการด้านประกันชีวิตใน ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ให้ครอบคลุมทุกสาขาของธนาคาร เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำ

ในส่วนของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรมีการอบรมทักษะในด้านต่างๆอยู่เสมอเพื่อให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน อีกทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจต่อลูกค้า และควรสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรจัดทำกิจกรรม 5 ส อย่างสม่ำเสมอ และกำชับพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าโดยอخصยไมตรีที่ดี มีความยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองให้มากกว่าเดิม รวมทั้งคอยสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ นั่ง ให้เพียงพอ รวมทั้งความสะอาดของห้องน้ำ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ควรลดขั้นตอนในกระบวนการพิจารณาลง เพื่อให้เกิดความคุ้มครองที่รวดเร็วและทำให้ลูกค้าได้รับกรมธรรม์เร็วขึ้น เช่น ในกรณีที่ลูกค้าต้องตรวจสุขภาพ ก็ให้อนุโลมนำผลการตรวจสุขภาพประจำปีมาใช้แทนได้

ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรดำเนินการพัฒนาระบบให้สามารถพิมพ์กรมธรรม์ได้ที่สาขาของธนาคารได้เลย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการบริการที่เป็นเลิศ