

#### บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคาร ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร แบ่งการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครที่ใช้ที่ธนาคาร มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ ดังแสดงไว้ในตาราง 1-13

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคาร ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตาราง 14-21

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กับระดับรายได้ อาชีพ และการศึกษา มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ซึ่งนำเสนอในตารางสัมพันธ์แจกแจงข้อมูล (Cross Tabulation Table) ดังแสดงไว้ในตาราง 22-45

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	165	41.3
หญิง	235	58.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	7	1.7
20-29 ปี	102	25.4
30-39 ปี	199	49.8
40-49 ปี	72	18.0
50 ปีขึ้นไป	20	5.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคืออายุเฉลี่ยระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 อายุเฉลี่ยระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0 อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	224	56.0
สมรส	169	42.2
หย่า	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ สถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 42.3 และหย่า คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	13	3.3
พนักงานบริษัท	299	74.8
เจ้าของกิจการ	17	4.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	71	17.8
รับจ้าง	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมามีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.8 เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 4.3 เป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 3.3 และรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	15.3
ปริญญาตรี	240	60.0
ปริญญาโท	97	24.2
ปริญญาเอก	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 24.3 จบการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.3 และจบการศึกษาระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	65	16.2
10,001-20,000 บาท	156	39.0
20,001-30,000 บาท	87	21.8
30,001-40,000 บาท	46	11.5
40,001-50,000 บาท	19	4.7
มากกว่า 50,000 บาท	20	5.0
ไม่มีรายได้	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.5 รายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการในปัจจุบัน

ธนาคารที่ใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บมจ.กรุงเทพ	201	50.3
บมจ.ไทยพาณิชย์	124	31.0
บมจ.กรุงไทย	137	34.3
บมจ.กสิกรไทย	177	44.3
บมจ.กรุงศรีอยุธยา	162	40.5
บมจ.ทหารไทย	30	7.5
บมจ.เอเชีย	39	9.8
บมจ.นครหลวงไทย	21	5.3
บมจ.ไทยท努	32	8.0
บมจ.ออมสิน	24	6.0
บมจ.อาคารสงเคราะห์	29	7.3

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 พบว่า ธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ บมจ.กรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาเป็น บมจ.กสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 44.3 และบมจ.กรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 40.5 และธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุดได้ บมจ.นครหลวงไทย คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการในปัจจุบัน

ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บัญชีออมทรัพย์	384	96.0
บัญชีฝากประจำ	138	34.5
บัญชีกระแสรายวัน	42	10.5
บัญชีออมทรัพย์พิเศษ	61	15.3
บัญชีเงินฝากที่มีประกันภัย	13	3.3

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการมีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมาเป็นบัญชีเงินฝากประเภทเงินฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 34.5 บัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ คิดเป็นร้อยละ 15.3 บัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และผู้ตอบแบบสอบถามมีบัญชีประเภทเงินฝากที่มีประกันภัย น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทประกันชีวิตที่ใช้บริการในปัจจุบัน

บริษัทประกันชีวิตที่ใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บ.เมืองไทยประกันชีวิต จก.	49	12.3
บ.ไทยประกันชีวิต จก.	27	6.8
บ.ไทยสมุทรประกันชีวิต จก.	18	4.5
บ.อาคเนย์ประกันชีวิต จก.	5	1.3
บ.กรุงเทพประกันชีวิต จก.	30	7.5
บ.ซีจียู ประกันชีวิต จก.	2	0.5
บ.เนชั่น ไลฟ์ประกันชีวิต จก.	2	0.5
บ.สยามซัมชุงประกันชีวิต จก.	0	0
บ.ธนชาตชีวิตประกันชีวิต จก.	0	0
บ.กรุงไทยเอ็กซ์ซ่าประกันชีวิต จก.	8	2.0
บ.อยุธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จก.	66	16.5
บ.ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ จก.	4	1.0
บ.อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล เอสซัวร์นส์ จก.	114	28.5
บ.สยามชีวิต อินเตอร์เนชันแนล จก.	0	0
บ.เอเอ็มแอลซี จำกัด	15	3.8
ไม่ได้ทำประกันชีวิต	151	37.8

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าบริษัทประกันชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ บริษัท.อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล เอสซัวร์นส์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมา บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.5 บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด คิดเป็นร้อยละ 12.3 และบริษัทประกันชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการเลยมี 3

บริษัท คือ บริษัทสยามซัมซุง ประกันชีวิต จำกัด บริษัทธนชาติซูริกประกันชีวิต จำกัด และบริษัท สยามชีวิต อินชัวร์นส์ จำกัด มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 37.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทประกันวินาศภัยที่ ใช้บริการในปัจจุบัน

บริษัทประกันวินาศภัยที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บ.วิริยะประกันภัย จก.	60	15
บ.มิตรแท้ประกันภัย จก.	18	4.5
บ.รัตน โกสินทร์ประกันภัย จก.	8	2.0
บ.ไทยศรีนครซูริกประกันภัย จก.	15	3.8
บ.ไทยเศรษฐกิจประกันภัย จก.	11	2.8
บ.เอราวัณประกันภัย จก.	4	1.0
บ.อาคเนย์ประกันภัย จก.	35	8.8
บ.เมืองไทยประกันภัย จก.	17	4.3
บ.กรุงเทพประกันภัย จก.	44	11.0
บ.ศรีอยุธยาประกันภัย จก.	32	8.0
บ.ไทยประกันภัย จก.	16	4.0
บ.ทิพยประกันภัย จก.	15	3.8
บ.เทเวศประกันภัย จก.	1	0.3
บ.ลิเบอร์ตี้ประกันภัย จก.	11	2.8
บ.ภัทรประกันภัย จำกัด	34	8.5
ไม่ได้ทำประกันวินาศภัย	142	35.5

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่าบริษัทประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำประกันภัยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 8.0 บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 8.8 บริษัทประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำประกันภัยน้อยที่สุดได้แก่ บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 0.3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ทำประกันภัยเลย คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย

จำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	จำนวน	ร้อยละ
1 กรรมธรรม์	122	30.5
2 กรรมธรรม์	120	30.0
3 กรรมธรรม์	76	19.0
มากกว่า 3 กรรมธรรม์	82	20.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตและประกันวินาศภัยมากที่สุดคนละ 1 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคนละ 2 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีกรรมธรรม์ 3 กรรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 19

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของการชำระเบี้ยประกันภัย

รูปแบบของการชำระเบี้ยประกันภัย	จำนวน	ร้อยละ
รายเดือน	34	8.5
ราย 3 เดือน	13	3.2
ราย 6 เดือน	12	3.0
รายปี	253	63.3
มากกว่า 1 ปี	6	1.5
ชำระครั้งเดียว	82	20.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชำระเบี้ยประกันภัยแบบรายปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาชำระเบี้ยประกันภัยแบบรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ชำระเบี้ยประกันภัยราย 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ชำระเบี้ยประกันภัยราย 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ชำระเบี้ยประกันภัยมากกว่า 1 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่  
 ธนาคารสามารถบริการด้านการขายประกันภัย

ข้อมูลข่าวสารที่ธนาคารสามารถบริการด้านการขายประกันภัย	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	132	33
วารสาร	69	17.3
วิทยุ	39	9.8
โทรทัศน์	115	28.8
อินเทอร์เน็ต	38	9.5
แผ่นพับโฆษณา	110	27.5
แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์	73	18.3
ลูกค้าที่ใช้บริการแนะนำ	77	19.3
พนักงานธนาคารแนะนำ	151	37.8
เพื่อนแนะนำ	27	6.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่ธนาคารสามารถบริการ  
 ด้านการขายประกันภัย 3 อันดับแรกได้แก่ จากพนักงานธนาคารแนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
 37.8 รองลงมาเป็นทางด้านหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 33.0 และจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 28.8  
 ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารที่ธนาคารสามารถบริการด้านการขายประกันภัยจากเพื่อนแนะนำ  
 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยผ่าน  
ธนาคารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย	169 (42.1)	161 (40.1)	61 (15.3)	8 (2.0)	1 (0.3)	400 100	4.22 1	0.79	มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท	55 (13.7)	186 (46.5)	132 (33.0)	26 (6.5)	1 (0.3)	400 100	3.67 4	0.80	มาก
3. กรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบ	82 (20.5)	195 (48.8)	107 (26.7)	16 (4.0)	0	400 100	3.86 2	0.78	มาก
4. รูปแบบการบริการชำระเบี้ยประกันมีหลากหลาย	85 (21.3)	192 (48.0)	93 (23.2)	28 (7.0)	2 (0.5)	400 100	3.83 3	0.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.89		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัยมีค่าเฉลี่ย 4.22 กรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบมีค่าเฉลี่ย 3.86 รูปแบบการบริการชำระเบี้ยประกันมีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ธนาคารมีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภทมีค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคา

ราคา	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัย เหมาะสม	209 (52.2)	102 (25.5)	77 (19.2)	9 (2.3)	3 (0.8)	400 100	4.26 1	0.89	มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้ บัตรเครดิต	84 (21.0)	139 (34.7)	134 (33.5)	36 (9.0)	7 (1.8)	400 100	3.64 4	0.96	มาก
3. มีอัตราผลตอบแทนใน รูปดอกเบี้ย, เงินปันผล	163 (40.7)	134 (33.5)	82 (20.5)	14 (3.5)	7 (1.8)	400 100	4.08 2	0.95	มาก
4. สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ย ประกันได้	121 (30.3)	134 (33.5)	111 (27.7)	28 (7.0)	6 (1.5)	400 100	3.84 3	0.98	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.95		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยอัตราค่าเบี้ยประกันภัยที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.26 มีอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยเงินปันผลมีค่าเฉลี่ย 4.08 สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้มีค่าเฉลี่ย 3.84 สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.64

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจัยสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล
1. ง่าย ธนาคารมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ	151 (37.7)	169 (42.1)	69 (17.3)	8 (2.0)	3 (0.8)	400 100	4.14 2	0.82	มาก
2. สถานที่ตั้งของธนาคาร อยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	161 (40.2)	170 (42.5)	60 (15.0)	6 (1.5)	3 (0.8)	400 100	4.20 1	0.80	มาก
3. สถานที่ตั้งของธนาคาร อยู่ใกล้ที่ทำงาน	154 (38.5)	165 (41.2)	70 (17.5)	7 (1.8)	4 (1.0)	400 100	4.14 3	0.83	มาก
4. สถานที่ตั้งของธนาคาร อยู่ใกล้บ้าน	115 (28.8)	147 (36.6)	105 (26.3)	30 (7.5)	3 (0.8)	400 100	3.85 6	0.94	มาก
5. มีที่จอดรถเพียงพอ	123 (30.8)	157 (39.1)	81 (20.3)	32 (8.0)	7 (1.8)	400 100	3.89 5	0.98	มาก
6. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	106 (26.4)	197 (49.3)	83 (20.8)	12 (3.0)	2 (.5)	400 100	3.98 4	0.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.03		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.20 มากเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นธนาคารหาง่ายมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 4.14 สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.14 ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.89 และสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีค่าเฉลี่ย 3.85

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	ระดับอิทธิพล									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล	
1. การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ	76 (19.0)	207 (51.6)	101 (25.3)	13 (3.3)	3 (0.8)	400 100	3.85 1	0.78	มาก	
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	67 (16.6)	182 (45.5)	113 (28.3)	33 (8.3)	5 (1.3)	400 100	3.68 3	0.89	มาก	
3. เสนอขายทางโทรศัพท์	19 (4.8)	59 (14.6)	152 (38.0)	119 (29.8)	51 (12.8)	400 100	2.69 6	1.02	ปานกลาง	
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างแก่ลูกค้า	77 (19.3)	173 (43.6)	102 (25.5)	42 (10.5)	6 (1.5)	400 100	3.68 4	0.95	มาก	
5. มีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ แลกกระเป๋า	66 (16.5)	104 (26.0)	152 (38.0)	58 (14.5)	20 (5.0)	400 100	3.35 5	1.07	ปานกลาง	
6. มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับประกันชีวิต, ประกันวินาศภัยหลังจากที่ซื้อผ่านธนาคารแล้ว	103 (25.7)	158 (39.5)	96 (24.0)	30 (7.5)	13 (3.3)	400 100	3.77 2	1.02	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50				

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยการเสนอขายทางโทรศัพท์ที่มีค่าเฉลี่ย 2.69 และปัจจัยมีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและชำระผ่านธนาคาร ที่ให้ค่าเฉลี่ย 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	ระดับอิทธิพล									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล	
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร	202 (50.5)	129 (32.3)	59 (14.7)	8 (2.0)	2 (0.5)	400 100	4.30 2	0.82	มาก	
2. มีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชีและออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว	159 (39.6)	163 (40.8)	63 (15.8)	14 (3.5)	1 (0.3)	400 100	4.16 5	0.83	มาก	
3. มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องและแม่นยำ	193 (48.2)	127 (31.7)	64 (16.0)	13 (3.3)	3 (0.8)	400 100	4.24 3	0.88	มาก	
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการขายประกัน	103 (25.7)	184 (46.0)	84 (21.0)	21 (5.3)	8 (2.0)	400 100	3.88 6	0.92	มาก	
5. ลูกค้ำรับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดรวดเร็วและสะดวก	215 (53.7)	96 (24.0)	62 (15.5)	22 (5.5)	5 (1.3)	400 100	4.24 4	0.98	มาก	
6. การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สะดวกและรวดเร็ว	238 (59.5)	82 (20.5)	52 (13.0)	22 (5.5)	6 (1.5)	400 100	4.31 1	0.99	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม							4.18			

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากทุกปัจจัย ปัจจัยการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.31 มากเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ลูกค้ำรับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดรวดเร็วและสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชีและออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.16 และจำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการขายประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ

บุคลากรที่ให้บริการ	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร	136 (34.0)	176 (44.0)	78 (19.4)	7 (1.8)	3 (0.8)	400 100	4.09 7	0.81	มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	156 (39.0)	169 (42.2)	56 (14.0)	14 (3.5)	5 (1.3)	400 100	4.14 4	0.87	มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย	177 (44.2)	142 (35.5)	68 (17.0)	9 (2.3)	4 (1.0)	400 100	4.20 1	0.86	มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง	142 (35.5)	195 (48.7)	58 (14.5)	5 (1.3)	-	400 100	4.19 3	0.71	มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	139 (34.7)	182 (45.5)	64 (16.0)	14 (3.5)	1 (0.3)	400 100	4.11 6	0.81	มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า	179 (44.7)	139 (34.7)	67 (16.8)	12 (3.0)	3 (0.8)	400 100	4.20 2	0.87	มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย ที่ดี	91 (22.7)	194 (48.5)	105 (26.3)	10 (2.5)	-	400 100	3.92 8	0.76	มาก
8. พนักงานดูแลอย่างสม่ำเสมอหลังซื้อประกันภัย	173 (43.2)	140 (35.0)	63 (15.7)	17 (4.3)	7 (1.8)	400 100	4.14 5	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12								

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย มีค่าเฉลี่ย 4.20 พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.19 พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.14 พนักงานดูแลอย่างสม่ำเสมอหลังซื้อประกันภัยมีค่าเฉลี่ย 4.14 พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.11 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.09 พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.92

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างและ  
การนำเสนอทางกายภาพ

การสร้างและการนำเสนอทาง กายภาพ	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	Std.	แปล ผล
1. มีสำนักงานเป็น หลักแหล่ง นำเชื่อถือ	185 (46.2)	155 (38.8)	54 (13.5)	6 (1.5)	-	400 100	4.30 1	0.75	มาก
2. มีการจัดรูปแบบธนาคาร/ สำนักงานที่โดดเด่นสะดุดตา	70 (17.4)	178 (44.4)	138 (34.5)	13 (3.3)	1 (0.3)	400 100	3.76 5	0.78	มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงาน ที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	103 (25.7)	191 (47.7)	95 (23.8)	10 (2.5)	1 (0.3)	400 100	3.96 2	0.78	มาก
4. มีความเป็นระเบียบภายใน สำนักงาน เช่น การจัดวาง อุปกรณ์สำนักงาน	70 (17.5)	187 (46.7)	129 (32.3)	14 (3.5)	-	400 100	3.78 4	0.76	มาก
5. ความสะอาดของอาคาร สถานที่	91 (22.7)	193 (48.3)	102 (25.5)	14 (3.5)	-	400 100	3.90 3	0.78	มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	77 (19.2)	161 (40.2)	133 (33.3)	24 (6.0)	5 (1.3)	400 100	3.70 6	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90								

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งนำเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์) มีค่าเฉลี่ย 3.96 ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 มีความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีการจัดรูปแบบธนาคาร/สำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา มีค่าเฉลี่ย 3.76 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับอิทธิพล								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	Std.	แปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	167 (41.7)	172 (43.0)	54 (13.5)	6 (1.5)	1 (0.3)	400 100	4.25 1	0.75	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	186 (46.4)	135 (33.8)	70 (17.5)	6 (1.5)	3 (0.8)	400 100	4.24 2	0.84	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	65 (16.2)	200 (50.0)	121 (30.2)	11 (2.8)	3 (0.8)	400 100	3.78 5	0.77	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	58 (14.5)	197 (49.2)	122 (30.5)	18 (4.5)	5 (1.3)	400 100	3.71 6	0.81	มาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	160 (40.0)	171 (42.7)	56 (14.0)	12 (3.0)	1 (0.3)	400 100	4.19 3	0.80	มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร	117 (29.3)	191 (47.7)	76 (19.0)	14 (3.5)	2 (0.5)	400 100	4.02 4	0.81	มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	62 (15.5)	180 (45.0)	135 (33.7)	18 (4.5)	5 (1.3)	400 100	3.69 7	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.98			

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.25 ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ย 4.24 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.69

All rights reserved

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคาร  
ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ อาชีพ และการศึกษา

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้

ผลิตภัณฑ์	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของธนาคารที่ขายประกันภัย	4.23 มาก	4.23 มาก	4.18 มาก	4.20 มาก	4.16 มาก	4.60 มากที่สุด	4.23 มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัย ทุกประเภท	3.91 มาก	3.59 มาก	3.59 มาก	3.65 มาก	3.79 มาก	3.95 มาก	3.68 มาก
3. กรมธรรม์มีให้เลือก หลายแบบ	4.02 มาก	3.83 มาก	3.83 มาก	3.93 มาก	3.58 มาก	3.90 มาก	3.87 มาก
4. รูปแบบการบริการชำระ กรมธรรม์มีหลากหลาย	3.98 มาก	3.87 มาก	3.68 มาก	3.85 มาก	3.74 มาก	3.80 มาก	3.83 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้มีรายได้ทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัยในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 กรมธรรม์มีให้เลือกหลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 3.87 รูปแบบการบริการชำระกรมธรรม์มีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท มีค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้

ราคา	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัย เหมาะสม	4.11 มาก	4.24 มาก	4.30 มาก	4.48 มาก	4.26 มาก	4.35 มาก	4.27 มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้ บัตรเครดิต	3.65 มาก	3.63 มาก	3.61 มาก	3.70 มาก	3.79 มาก	3.75 มาก	3.65 มาก
3. มีอัตราผลตอบแทนในรูปแบบ ดอกเบี้ยว, เงินปันผล	3.97 มาก	4.12 มาก	4.14 มาก	4.20 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	4.09 มาก
4. สามารถผ่อนชำระค่า เบี้ยประกันได้	4.06 มาก	3.81 มาก	3.86 มาก	3.93 มาก	3.63 มาก	3.50 มาก	3.85 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก อัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.27 มากเป็นลำดับแรก มีอัตราผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยว และเงินปันผล มีค่าเฉลี่ย 4.09 สามารถผ่อนชำระเบี้ยประกันได้มีค่าเฉลี่ย 3.85 สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้

สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. ห้างย หนาการมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการ สะอาดเป็นระเบียบ	4.26 มาก	4.15 มาก	4.11 มาก	4.13 มาก	4.16 มาก	4.10 มาก	4.16 มาก
2. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทาง มาติดต่อ	4.20 มาก	4.20 มาก	4.21 มาก	4.28 มาก	4.26 มาก	4.15 มาก	4.21 มาก
3. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	4.12 มาก	4.10 มาก	4.16 มาก	4.41 มาก	4.37 มาก	3.85 มาก	4.15 มาก
4. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	3.98 มาก	3.83 มาก	3.78 มาก	3.89 มาก	4.05 มาก	3.65 มาก	3.85 มาก
5. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.72 มาก	3.86 มาก	3.94 มาก	4.13 มาก	3.84 มาก	4.15 มาก	3.90 มาก
6. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	4.00 มาก	3.96 มาก	4.01 มาก	3.91 มาก	4.05 มาก	4.25 มาก	3.99 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตาราง 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.21 เป็นลำดับแรก รองลงมา เป็นธนาคารห้างย และมีความทันสมัยสถานที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 4.16 สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.15 มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.85

All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้

การส่งเสริมการตลาด	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ พิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ	4.05 มาก	3.85 มาก	3.85 มาก	3.76 มาก	3.74 มาก	3.65 มาก	3.85 มาก
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคย ใช้บริการ	3.72 มาก	3.69 มาก	3.76 มาก	3.54 มาก	3.84 มาก	3.40 ปาน กลาง	3.69 มาก
3. เสนอขายทาง โทรศัพท์	2.95 ปาน กลาง	2.65 ปาน กลาง	2.79 ปาน กลาง	2.54 ปาน กลาง	2.79 ปาน กลาง	2.05 น้อย	2.69 ปาน กลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แก่ลูกค้า	3.75 มาก	3.71 มาก	3.76 มาก	3.57 มาก	3.37 ปาน กลาง	3.65 มาก	3.69 มาก
5. มีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อ และชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ และกระเป๋	3.74 มาก	3.34 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.04 ปาน กลาง	3.53 มาก	3.00 ปาน กลาง	3.35 ปาน กลาง
6. มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประกันชีวิต, ประกันวินาศภัยหลังจากที่ ซื้อผ่านธนาคาร	3.94 มาก	3.81 มาก	3.79 มาก	3.63 มาก	3.74 มาก	3.35 ปาน กลาง	3.78 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ ในระดับมาก เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ในระดับปานกลาง และ การเสนอขายทางโทรศัพท์ ในระดับน้อย ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทถึงไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อการเสนอขายทางโทรศัพท์ในระดับปานกลาง และระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.69

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายได้

กระบวนการให้บริการ	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร	4.29 มาก	4.34 มาก	4.31 มาก	4.20 มาก	4.21 มาก	4.50 มากที่สุด	4.31 มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชีและออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.09 มาก	4.17 มาก	4.21 มาก	4.11 มาก	4.11 มาก	4.40 มาก	4.17 มาก
3. มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องและแม่นยำ	4.22 มาก	4.24 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.32 มาก	4.45 มาก	4.24 มาก
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการขายประกัน	3.82 มาก	3.81 มาก	4.02 มาก	3.91 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.89 มาก
5. ลูกค้ารับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดรวดเร็วและสะดวก	4.20 มาก	4.30 มาก	4.31 มาก	4.11 มาก	4.05 มาก	4.10 มาก	4.24 มาก
6. การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สะดวกและรวดเร็ว	4.26 มาก	4.34 มาก	4.41 มาก	4.17 มาก	4.21 มาก	4.35 มาก	4.32 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 และทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญด้านการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สะดวกและรวดเร็ว มากเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.32

All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการจำแนกตามรายได้

บุคลากรที่ให้บริการ	รายได้						รวม
	ไม่เกิน 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของพนักงานธนาคาร	4.03 มาก	4.12 มาก	4.16 มาก	3.89 มาก	3.95 มาก	4.40 มาก	4.09 มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.03 มาก	4.17 มาก	4.23 มาก	4.04 มาก	4.21 มาก	4.25 มาก	4.15 มาก
3. พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย	4.17 มาก	4.21 มาก	4.28 มาก	4.11 มาก	4.26 มาก	4.20 มาก	4.21 มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเป็นกันเอง	4.29 มาก	4.18 มาก	4.20 มาก	4.17 มาก	4.11 มาก	4.10 มาก	4.19 มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาพ ในการให้บริการลูกค้า	4.25 มาก	4.09 มาก	4.13 มาก	4.09 มาก	4.05 มาก	3.90 มาก	4.11 มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วใน การแก้ปัญหาของลูกค้า	4.22 มาก	4.16 มาก	4.25 มาก	4.17 มาก	4.32 มาก	4.25 มาก	4.20 มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งกาย ที่ดี	4.12 มาก	3.90 มาก	3.85 มาก	3.85 มาก	3.95 มาก	3.85 มาก	3.92 มาก
8. พนักงานดูแลอย่าง สม่ำเสมอหลังซื้อประ กันภัย	4.20 มาก	4.15 มาก	4.18 มาก	3.59 มาก	4.16 มาก	4.30 มาก	4.14 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก ด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัยทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.21

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
จำแนกตามรายได้

การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	รายได้						
	ไม่เกิน 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000	รวม
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ	4.29 มาก	4.29 มาก	4.37 มาก	4.24 มาก	4.26 มาก	4.35 มาก	4.31 มาก
2. มีการจัดรูปแบบอาคาร สำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา	3.92 มาก	3.71 มาก	3.76 มาก	3.70 มาก	4.00 มาก	3.60 มาก	3.76 มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	4.14 มาก	3.93 มาก	4.02 มาก	3.76 มาก	4.11 มาก	3.85 มาก	3.97 มาก
4. มีความเป็นระเบียบ ภายใน สำนักงาน เช่น การจัดวาง อุปกรณ์สำนักงาน	3.97 มาก	3.73 มาก	3.79 มาก	3.63 มาก	4.00 มาก	3.65 มาก	3.78 มาก
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.08 มาก	3.84 มาก	3.89 มาก	3.85 มาก	4.05 มาก	3.85 มาก	3.90 มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	4.05 มาก	3.58 มาก	3.70 มาก	3.54 มาก	3.95 มาก	3.55 มาก	3.69 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.31 และให้ความสำคัญด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำเป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69

All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	รายได้						
	ไม่เกิน 10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	รวม
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.23 มาก	4.21 มาก	4.29 มาก	4.28 มาก	4.32 มาก	4.30 มาก	4.25 มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.05 มาก	4.26 มาก	4.33 มาก	4.26 มาก	4.47 มาก	4.05 มาก	4.24 มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.85 มาก	3.71 มาก	3.83 มาก	3.83 มาก	3.84 มาก	3.85 มาก	3.78 มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.94 มาก	3.66 มาก	3.80 มาก	3.50 มาก	3.58 มาก	3.55 มาก	3.71 มาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้ บริการ	4.25 มาก	4.15 มาก	4.29 มาก	4.09 มาก	4.21 มาก	4.25 มาก	4.20 มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.08 มาก	3.93 มาก	4.21 มาก	3.83 มาก	4.11 มาก	4.10 มาก	4.02 มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	3.88 มาก	3.63 มาก	3.78 มาก	3.50 มาก	3.84 มาก	3.45 ปาน กลาง	3.69 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.25 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.45

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ผลิตภัณฑ์	อาชีพ				รวม
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ ธนาคารที่ขายประกันภัย	4.31 มาก	4.20 มาก	4.47 มาก	4.24 มาก	4.22 มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัย ทุกประเภท	4.23 มาก	3.65 มาก	4.12 มาก	3.52 มาก	3.67 มาก
3. กรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบ	4.00 มาก	3.88 มาก	4.06 มาก	3.70 มาก	3.86 มาก
4. รูปแบบของการชำระกรมธรรม์มี หลากหลาย	4.23 มาก	3.82 มาก	4.18 มาก	3.69 มาก	3.83 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 รองลงมาด้านกรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.86 รูปแบบของการชำระกรมธรรม์มีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 และมีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ราคา	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รวม
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสม	4.38 มาก	4.28 มาก	4.41 มาก	4.10 มาก	4.26 มาก
2. สามารถชำระเงิน โดยใช้บัตรเครดิต	3.62 มาก	3.68 มาก	3.82 มาก	3.46 ปานกลาง	3.64 มาก
3. มีอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย, เงินปันผล	4.23 มาก	4.10 มาก	4.24 มาก	3.93 มาก	4.08 มาก
4. สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้	4.31 มาก	3.86 มาก	4.06 มาก	3.63 มาก	3.84 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสม มากเป็นลำดับแรก ส่วนอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญด้านความสามารถในการชำระเงิน โดยใช้บัตรเครดิตในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามอาชีพ

สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัด จำหน่าย	อาชีพ				รวม
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	
1. ห้างย หนาครมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาดเป็น ระเบียบ	4.46 มาก	4.12 มาก	4.53 มากที่สุด	4.07 มาก	4.14 มาก
2. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใน แหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อ การเดินทางติดต่อ	4.31 มาก	4.22 มาก	4.35 มาก	4.06 มาก	4.20 มาก
3. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ ที่ทำงาน	4.54 มากที่สุด	4.14 มาก	4.24 มาก	4.08 มาก	4.14 มาก
4. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	4.54 มากที่สุด	3.83 มาก	4.18 มาก	3.77 มาก	3.85 มาก
5. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.31 มาก	3.91 มาก	4.24 มาก	3.66 มาก	3.89 มาก
6. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	4.31 มาก	3.96 มาก	4.18 มาก	4.00 มาก	3.98 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อด้านสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ทำงาน และสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ในระดับมากที่สุด เจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อด้านธนาคารหาง่ายและมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ ในระดับมากที่สุด

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รวม
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทาง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย	4.00 มาก	3.81 มาก	4.12 มากที่สุด	3.92 มาก	3.85 มาก
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.85 มาก	3.74 มาก	3.65 มาก	3.39 ปานกลาง	3.68 มาก
3. เสนอขายทางโทรศัพท์	2.69 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.47 น้อย	2.63 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ผลิตภัณฑ์ต่างแก่ลูกค้า	3.69 มาก	3.71 มาก	3.88 มาก	3.49 มาก	3.68 มาก
5. มีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและ ชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ และกระเป๋า	3.77 มาก	3.43 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
6. มีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับ ประกันชีวิต, ประกันวินาศภัยหลัง จากที่ซื้อผ่านธนาคาร	4.15 มาก	3.84 มาก	3.47 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.77 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อด้านเสนอขายทาง  
โทรศัพท์ และการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ และกระเป๋า ในระดับ  
ปานกลาง และให้ความสำคัญด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ  
อินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับในระดับมาก

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอาชีพ

กระบวนการให้บริการ	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รวม
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ พนักงานธนาคาร	4.62 มากที่สุด	4.30 มาก	4.65 มากที่สุด	4.20 มาก	4.30 มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชี และออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว	4.46 มาก	4.18 มาก	4.53 มากที่สุด	3.96 มาก	4.16 มาก
3. มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ ถูกต้องและแม่นยำ	4.69 มากที่สุด	4.23 มาก	4.47 มาก	4.10 มาก	4.24 มาก
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการ ให้บริการขายประกัน	4.46 มาก	3.86 มาก	4.18 มาก	3.83 มาก	3.88 มาก
5. ลูกค้ำรับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบ กำหนด รวดเร็วและสะดวก	4.54 มากที่สุด	4.26 มาก	4.47 มาก	4.00 มาก	4.24 มาก
6. การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สะดวกและรวดเร็ว	4.38 มาก	4.37 มาก	4.41 มาก	4.03 มาก	4.31 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องและแม่นยำ และปัจจัยย่อยลูกค้ำรับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด รวดเร็วและสะดวก ในระดับมากที่สุด สำหรับเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคารและปัจจัยมีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชีและออกกรมธรรม์ที่รวดเร็วในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

บุคลากรที่ให้บริการ	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รวม
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ พนักงานธนาคาร	4.62 มากที่สุด	4.09 มาก	4.29 มาก	3.96 มาก	4.09 มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.46 มาก	4.17 มาก	4.29 มาก	3.94 มาก	4.14 มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยว กับประกันภัย	4.77 มากที่สุด	4.20 มาก	4.59 มากที่สุด	3.96 มาก	4.20 มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความ เป็นกันเอง	4.69 มากที่สุด	4.19 มาก	4.12 มาก	4.07 มาก	4.19 มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาพในการให้ บริการลูกค้า	4.69 มากที่สุด	4.14 มาก	4.12 มาก	3.87 มาก	4.11 มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ ปัญหาของลูกค้า	4.69 มากที่สุด	4.14 มาก	4.12 มาก	3.87 มาก	4.11 มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งกาย ที่ดี	4.46 มาก	3.92 มาก	3.88 มาก	3.83 มาก	3.92 มาก
8. พนักงานดูแลอย่างสม่ำเสมอหลังข้อ ประกันภัย	4.62 มากที่สุด	4.17 มาก	3.94 มาก	3.97 มาก	4.14 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในระดับมาก นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยทุกปัจจัยในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี ในระดับมาก

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
จำแนกตามอาชีพ

การสร้างและการนำเสนอ ทางกายภาพ	อาชีพ				รวม
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ	4.69 มากที่สุด	4.29 มาก	4.35 มาก	4.24 มาก	4.30 มาก
2. มีการจัดรูปแบบอาคาร สำนักงาน ที่โดดเด่น สะอาดตา	4.31 มาก	3.77 มาก	3.94 มาก	3.61 มาก	3.76 มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	4.31 มากที่สุด	3.98 มาก	4.18 มาก	3.82 มาก	3.96 มาก
4. มีความเป็นระเบียบ ภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	4.15 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.61 มาก	3.78 มาก
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.15 มาก	3.91 มาก	4.12 มาก	3.77 มาก	3.90 มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และ ห้องน้ำ	4.15 มาก	3.72 มาก	3.76 มาก	3.52 มาก	3.70 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยการสร้างและนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้น นักศึกษาให้ความสำคัญกับสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.69 และโดยรวมมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือมีความสำคัญเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 รองลงมาเป็นมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์) มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 มีความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 มีความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 มีการจัดรูปแบบร้าน / สำนักงานที่โดดเด่น สะอาดตา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ และห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.70

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	เจ้าของ กิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รวม
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.46 มาก	4.227 มาก	4.12 มาก	4.13 มาก	4.25 มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.31 มาก	4.29 มาก	4.06 มาก	4.04 มาก	4.24 มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00 มาก	3.81 มาก	3.94 มาก	3.62 มาก	3.78 มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	4.08 มาก	3.74 มาก	3.94 มาก	3.46 ปานกลาง	3.71 มาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.38 มาก	4.21 มาก	4.18 มาก	4.06 มาก	4.19 มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.31 มาก	4.04 มาก	4.12 มาก	3.82 มาก	4.02 มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00 มาก	3.71 มาก	3.82 มาก	3.52 มาก	3.69 มาก

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางและทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.25 รองลงมาปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 4.24 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	รวม
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ ธนาคารที่ขายประกันภัย	4.00 มาก	4.23 มาก	4.34 มาก	4.50 มากที่สุด	4.22 มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัย ทุกประเภท	3.57 มาก	3.65 มาก	3.69 มาก	3.50 มาก	3.67 มาก
3. กรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบ	3.74 มาก	3.86 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	3.86 มาก
4. รูปแบบของการชำระกรมธรรม์มี หลากหลาย	3.59 มาก	3.83 มาก	3.97 มาก	4.00 มาก	3.83 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 รองลงมาด้านกรมธรรม์มีให้เลือกหลายแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.86 รูปแบบของการชำระกรมธรรม์มีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 และมีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ราคา	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	รวม
1. อัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสม	3.79 มาก	4.28 มาก	4.52 มาก	4.50 มากที่สุด	4.26 มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต	3.52 มาก	3.65 มาก	3.71 มาก	3.50 มาก	3.64 มาก
3. มีอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย, เงินปันผล	3.64 มาก	4.15 มาก	4.19 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก
4. สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้	3.72 มาก	3.90 มาก	3.78 มาก	3.50 มาก	3.84 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้น ผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอกให้ความสำคัญต่ออัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรวม 4.26 มีอัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยหรือเงินปันผลมีค่าเฉลี่ยรวม 4.08 สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 และสามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยรวม 3.64

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

เลขที่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่ให้บริการและ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	รวม
1. หน่วยงานราชการมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาดเป็น ระเบียบ	4.07 มาก	4.17 มาก	4.13 มาก	3.50 มาก	4.14 มาก
2. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใน แหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อ การเดินทางติดต่อ	4.10 มาก	4.20 มาก	4.28 มาก	3.50 มาก	4.20 มาก
3. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ ที่ทำงาน	4.02 มากที่สุด	4.14 มาก	4.25 มาก	3.50 มาก	4.14 มาก
4. สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	3.64 มากที่สุด	3.87 มาก	3.95 มาก	3.50 มาก	3.85 มาก
5. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.69 มาก	3.85 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก	3.89 มาก
6. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	3.93 มาก	4.01 มาก	3.95 มาก	4.00 มาก	3.98 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน  
ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก ด้านสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่ง  
ชุมชนใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 ธนาคารหาง่ายและมีความทันสมัย สถานที่ให้บริการสะอาด  
เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่า  
เฉลี่ยรวม 3.89 สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85

All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา

การส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย	4.00 มาก	3.87 มาก	3.71 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.43 ปานกลาง	3.64 มาก	3.93 มาก	4.50 มากที่สุด	3.68 มาก
3. เสนอขายทางโทรศัพท์	2.80 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง	3.50 มาก	2.69 ปานกลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างแก่ลูกค้า	3.41 ปานกลาง	3.73 มาก	3.74 มาก	4.00 มาก	3.68 มาก
5. มีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ และกระเป๋า	3.23 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.50 มาก	3.35 ปานกลาง
6. มีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับประกันชีวิต, ประกันวินาศภัยหลังจากที่ซื้อผ่านธนาคาร	3.44 ปานกลาง	3.86 มาก	3.74 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 ผู้มีระดับการศึกษาด้านปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตหรือประกันวินาศภัยหลังจากที่ซื้อผ่านธนาคาร มีพนักงานคอยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แก่ลูกค้า คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการให้ของที่ระลึกเมื่อซื้อและชำระผ่านธนาคาร เช่น แก้วน้ำ และกระเป๋า อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.77

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

กระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	รวม
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานธนาคาร	4.07 มาก	4.31 มาก	4.44 มาก	4.00 มาก	4.30 มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการเปิดบัญชีและออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว	3.89 มาก	4.15 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก	4.16 มาก
3. มีการคำนวณเบี้ยประกันภัยที่ถูกต้องและแม่นยำ	3.95 มาก	4.23 มาก	4.42 มาก	4.00 มาก	4.24 มาก
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการขายประกัน	3.57 มาก	3.91 มาก	4.01 มาก	3.50 มาก	3.88 มาก
5. ลูกค้ารับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด รวดเร็วและสะดวก	3.74 มากที่สุด	4.27 มาก	4.45 มาก	4.50 มากที่สุด	4.24 มาก
6. การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสะดวกและรวดเร็ว	3.77 มาก	4.35 มาก	4.55 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.31 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สะดวก รวดเร็ว ในระดับมากที่สุด สำหรับผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.31 ผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก ให้ความสำคัญต่อลูกค้ารับเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด รวดเร็วและสะดวก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.24

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคลากรที่ให้บริการ	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร	3.84 มาก	4.13 มาก	4.13 มาก	4.00 มาก	4.09 มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.72 มาก	4.15 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	4.14 มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย	3.85 มาก	4.20 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	4.20 มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง	4.00 มาก	4.21 มาก	4.23 มาก	4.50 มากที่สุด	4.19 มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	3.85 มาก	4.15 มาก	4.18 มาก	4.00 มาก	4.11 มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า	3.79 มาก	4.23 มาก	4.38 มาก	4.00 มาก	4.11 มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย ที่ดี	3.85 มาก	3.94 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก
8. พนักงานดูแลอย่างสม่ำเสมอหลังซื้อประกันภัย	3.62 มากที่สุด	4.21 มาก	4.28 มาก	4.00 มาก	4.14 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาเอก ให้ความสำคัญในด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเองระดับมากที่สุด ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย และพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า มากเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ยรวม 4.20 ทั้งสองปัจจัย

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
จำแนกตามระดับการศึกษา

การสร้างและการนำเสนอ ทางกายภาพ	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	โท	ปริญญา เอก	รวม
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ	4.07 มาก	4.33 มาก	4.37 มาก	4.50 มากที่สุด	4.30 มาก
2. มีการจัดรูปแบบอาคาร สำนักงาน ที่โดดเด่น สะดุดตา	3.72 มาก	3.78 มาก	3.50 มาก	3.61 มาก	3.76 มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	3.84 มาก	4.00 มาก	3.95 มาก	3.50 มาก	3.96 มาก
4. มีความเป็นระเบียบ ภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	3.70 มาก	3.80 มาก	3.78 มาก	3.50 มาก	3.78 มาก
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.85 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.50 มาก	3.90 มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และ ห้องน้ำ	3.80 มาก	3.65 มาก	3.77 มาก	3.50 มาก	3.70 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยการสร้างและนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัย ในระดับมาก ยกเว้น ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาเอกให้ความสำคัญกับสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50 และทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อการมีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 รองลงมาเป็นมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์) มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 มีความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 มีการจัดรูปแบบร้าน /สำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ และห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.70

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ				รวม
	นักศึกษา	พนักงานบริษัท	เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.46 มาก	4.227 มาก	4.12 มาก	4.13 มาก	4.25 มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.31 มาก	4.29 มาก	4.06 มาก	4.04 มาก	4.24 มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00 มาก	3.81 มาก	3.94 มาก	3.62 มาก	3.78 มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.08 มาก	3.74 มาก	3.94 มาก	3.46 ปานกลาง	3.71 มาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.38 มาก	4.21 มาก	4.18 มาก	4.06 มาก	4.19 มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.31 มาก	4.04 มาก	4.12 มาก	3.82 มาก	4.02 มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00 มาก	3.71 มาก	3.82 มาก	3.52 มาก	3.69 มาก

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัย ในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาเอกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยกระบวนการให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวม 4.25 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 4.24 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.19 ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69

All rights reserved