

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคาร
ไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวจุฑามาศ มณีธร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 320 ราย โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience) และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้คือ ในด้านผลิตภัณฑ์คือ ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ด้านราคา คือ ค่าเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ด้านการจัดจำหน่าย คือ สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ของชำร่วย กำนัน หรือของแถมที่ได้รับจากการทำประกัน ด้านกระบวนการให้บริการ คือ การมีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ก่อนเสนอรูปแบบของประกันชีวิต ด้านบุคลากร คือ ลักษณะการชักชวนให้ทำประกันของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกัน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ การที่มีเอกสารให้ข้อมูลครบถ้วนน่าเชื่อถือ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Purchasing Life Insurance from Siam Commercial Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District

Author Miss Jhuthamart Maneethorn

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assistant Professor Dr. Patchara Tantiprabh

ABSTRACT

This independent study aimed to examine customer satisfaction towards purchasing life insurance from Siam Commercial Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District. Questionnaires were applied, in this study, as the research tool to collect data from 320 samplings who bought life insurance from Siam Commercial Bank Public Company Limited in Mueang Chaing Mai District. The questionnaire was conveniently distributed to the samplings; then, all given data were analyzed by descriptive statistics, including frequency, percentage and means.

The findings showed that the highest customer satisfactions on sub-factors of each marketing mix were shown as follows. In terms of product, the highest satisfaction was the reliability of the bank, as the insurance company's representative. In terms of price, the highest satisfaction was to get tax reduction when the insurance fee was paid. In terms of place, the highest satisfaction was the convenience in buying life insurance due to a large of number of bank branches. In terms of promotion, the highest satisfaction was the distribution of premium products for new insurance customer. In terms of process, the highest satisfaction was the availability of officer or representative checking the actual customer need before proposing any suitable insurance packages. In terms of people, the highest satisfaction was the way to convince customer to buy the insurance as done by bank officer. In terms of physical evidence, the highest satisfaction was the full and reliable informative documents.