

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้านักการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาซื้อประกันชีวิต โดยกระจายการเก็บข้อมูล ตามสัดส่วนจำนวนลูกค้าที่ซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้ง 11 สาขา พร้อมทั้งศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.12 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 45.94 การศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.56 มีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 35.31 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.38 ซื้อประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ รูปแบบ เซฟเวอร์พลัส (Saver+) ร้อยละ 43.75 โดยส่วนใหญ่มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต 1 กรมธรรม์ ร้อยละ 60.00 ซึ่งเป็นของธนาคารไทยพาณิชย์ และทำประกันชีวิตในรูปแบบเดียวกันกับธนาคาร หรือ บริษัทประกันอื่น ร้อยละ 40.00 โดยทำกับธนาคารกสิกรไทย มากที่สุด ร้อยละ 24.22 ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 49.69

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันชีวิตผ่าน สาขาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยย่อยที่ถูกค่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดสามลำดับแรก คือ ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา คือ ค่าเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด (ค่าเฉลี่ย 4.43) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ การสื่อสารโดยใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยรายละเอียดตามปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องความหลากหลายของแบบประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความหลากหลายของแบบประกันชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องอัตราค่าเบี้ยประกันถูกเมื่อเทียบกับบริษัทประกันภัยอื่นมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านค่าเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ อัตราค่าเบี้ยประกันถูกเมื่อเทียบกับบริษัทประกันภัยอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องความสะดวกในการชำระค่าเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด (ค่าเฉลี่ย 4.43) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความสะดวกในการชำระค่าเบี้ยประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการสื่อสารโดยใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ อีเมล มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ของชำร่วย กำนัน หรือของแถมที่ได้รับจากการทำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การสื่อสารโดยใช้การตลาดทางตรงผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ลักษณะการชักชวนให้ทำประกันของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ สามารถติดต่อพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกันได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การมีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ก่อนเสนอรูปแบบของประกันชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.18) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ เวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การที่มีเอกสารให้ข้อมูลครบถ้วน น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความมั่นคงน่าเชื่อถือของ บมจ ไทยพาณิชย์วินยอร์คไลฟ์ ประกันชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 46 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์	ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ
ด้านราคา	ค่าเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้
ด้านการจัดจำหน่าย	สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของชำร่วย กำนัน หรือของแถมที่ได้รับจากการทำประกัน
ด้านบุคลากร	ลักษณะการชักชวนให้ทำประกันของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกัน
ด้านกระบวนการให้บริการ	การมีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ก่อนเสนอรูปแบบของประกันชีวิต
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	การที่มีเอกสารให้ข้อมูลครบถ้วนน่าเชื่อถือ

จากตารางที่ 46 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ของชำร่วย กำนัน หรือของแถมที่ได้รับจากการทำประกัน ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะการชักชวนให้ทำประกันของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกัน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ก่อนเสนอรูปแบบของประกันชีวิต และ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การที่มีเอกสารให้ข้อมูลครบถ้วนน่าเชื่อถือ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้อประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยสามารถอภิปรายในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยโดยใช้วิธีการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 10 ลำดับแรก เปรียบเทียบปัจจัยย่อยกับการศึกษาของ กรรณิการ์ ศรีพรหม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตกิ่งอำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย การศึกษาของ ธนียา สอนวิจารณ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย การศึกษาของอิทธิรัตน์ อุตสำห์ (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในเขตเทศบาลนคร ขอนแก่นและการศึกษาของ วิกานดา เสรีสมนึก (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ดังแสดงในตารางที่ 51 และจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นที่ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรนำมาเป็นจุดขายในการสื่อสารการตลาดต่อไป

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในการซื้อประกันชีวิตผ่าน สาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก และทำการเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ความพึงพอใจ (ปัจจัยย่อย)	ปัจจัยหลัก	อภิปรายผลเปรียบเทียบ							
			การศึกษา ครั้งนี้	การศึกษากง กรรณิการ์ (2548)	การศึกษากง รณียา (2550)	การศึกษากง อิทธิรัตน์ (2545)	การศึกษากง วิภาคนดา (2550)	การศึกษากง แจ่มจันทร์ (2542)		
1	ความหลากหลายของแบบ ประกันชีวิต	Product	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2	สามารถติดต่อพนักงาน ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทน ประกันได้สะดวกรวดเร็ว	People	3.35 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	-
3	การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์หนังสือพิมพ์	Promotion	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	-	3.32 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)
4	เว็บไซต์ให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์	Promotion	3.72 (มาก)	3.59 (มาก)	-	-	3.25 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในการซื้อประกันชีวิตผ่าน สาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก และทำการเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ความพึงพอใจ (ปัจจัยย่อย)	ปัจจัยหลัก	อภิปรายผลเปรียบเทียบ					
			การศึกษาคำนี้	การศึกษากรรณิกการ (2548)	การศึกษารณียา (2550)	การศึกษาศิพธิรัตน์ (2545)	การศึกษาวิกานดา (2550)	การศึกษาคำเฉลี่ย (2542)
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5	ความมั่นคง น่าเชื่อถือของ บมจ ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ ประกันชีวิต	Physical Evidence	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	4.41 (มาก)
6	ความง่าย ไม่ยุ่งยาก ของ ขั้นตอนการทำประกันชีวิต	Process	3.88 (มาก)	-	-	4.51 (มากที่สุด)	3.92 (มาก)	-
7	สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้	Price	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	-	3.14 (ปานกลาง)	-
8	ความง่ายไม่ยุ่งยากของ ขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหาย	Process	4.08 (มาก)	-	4.52 (มากที่สุด)	-	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในการซื้อประกันชีวิตผ่าน สาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก และทำการเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ความพึงพอใจ (ปัจจัยย่อย)	ปัจจัยหลัก	อภิปรายผลเปรียบเทียบ					
			การศึกษาครั้งนี้	การศึกษากรรณิการ์ (2548)	การศึกษาของธनिया (2550)	การศึกษาของอิทธิรัตน์ (2545)	การศึกษาของวิภาคนดา (2550)	การศึกษาของแจ่มจันทร์ (2542)
9	อัตราค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับผลตอบแทนที่ได้รับ	Price	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.11 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.81 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.09 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.42 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.90 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) -
10	บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกัน	People	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.14 (มาก)	-	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.86 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.98 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.88 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) -

จากตารางที่ 47 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความหลากหลายของแบบประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในขณะที่ผลการศึกษาของ กรรณิการ์ ศรีพรหม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตกิ่งอำเภอคอยหลวง จังหวัดเชียงราย และผลการศึกษาของ ธนียา สอนวิจารณ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และผลการศึกษาของอิทธิรัตน์ อุตส่าห์(2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่าปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของแบบประกันชีวิตมีผลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดลำดับแรก ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาแก้ไขและให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วน โดยทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อาจทำการเพิ่มรูปแบบประกันชีวิตให้มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาเรื่องนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่อง บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนประกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ ธนียา สอนวิจารณ์ (2550) ผลการศึกษาของอิทธิรัตน์ อุตส่าห์ (2545) และผลการศึกษาของวิกานดา เสรีสมนึก (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องนี้ มีผลในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยดังกล่าว แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นอันดับที่สอง ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ และ เว็บไซต์ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มีค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ แจ่มจันทร์ กาพสินธุ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด สาขามหาสารคาม พบว่าปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนและการมีเว็บไซต์ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

เช่นกัน และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นลำดับที่สามและสี่ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในเรื่อง ความมั่นคง น่าเชื่อถือของ บมจ. ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ ประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของแจ่มจันทร์ กาศสินธุ์ (2542) พบว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ห้าดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในเรื่อง ความง่าย ไม่ยุ่งยาก ของขั้นตอนการทำประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ อธิรัตน์ อุตส่าห์ (2545) พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องความง่าย ไม่ยุ่งยาก ของขั้นตอนการทำประกันชีวิต มีผลในระดับมากที่สุด แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นลำดับที่หก ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไข

ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องความง่ายไม่ยุ่งยากของขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของแจ่มจันทร์ กาศสินธุ์ (2542) พบว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นลำดับที่แปด ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่อง อัตราค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับผลตอบแทนที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของกรรณิการ์ ศรีพรหม (2548) ผลการศึกษาของชนิยา สอนวิจารณ์ (2550) ผลการศึกษาของ อธิรัตน์ อุตส่าห์ (2545) และผลการศึกษาของวิกานดา เสรีสมนึก (2550) พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องดังกล่าว มีผลในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยดังกล่าว แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

น้อยที่สุดเป็นลำดับที่เก้า ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาปรับปรุงแก้ไขปัญหาในเรื่องอัตราค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับผลตอบแทนที่ได้รับ

ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้นั้น จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ ธนียา สอนวิจารณ์ (2550) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีผลในระดับมากที่สุด แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นลำดับที่เจ็ดดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการชำระค่าเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิตด้วยเช่นกัน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง สามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวกเนื่องจากธนาคารมีสาขาหลายแห่งในจังหวัด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของวิภาดา เสรีสมนึก (2550) ที่พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องดังกล่าวมีผลในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยดังกล่าว

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการซื้อประกันชีวิต ผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย
2. ปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยย่อยเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง ความหลากหลายของแบบประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง อัตราค่าเบี้ยประกันถูกเมื่อเทียบกับบริษัทประกันภัยอื่น มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง ความสะดวกในการชำระเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว

6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง การสื่อสาร โดยให้การตลาดทางตรงผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ อีเมล มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว

7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง เวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว

8. จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีเพียง 2 ปัจจัยเท่านั้น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกเรื่องในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ความมั่นคง น่าเชื่อถือของ บมจ ไทยพาณิชย์ นิวยอร์คไลฟ์ ประกันชีวิตในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อนำปัจจัยย่อยดังกล่าวไปวิเคราะห์กับตัวแปรอื่นๆ จะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

10. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งแตกต่างกับช่วงอายุอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

11. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่อง เวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต ซึ่งแตกต่างกับช่วงอายุอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

12. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของแบบประกันชีวิต ซึ่งแตกต่างกับระดับการศึกษาอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

13. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความสะดวกในการชำระค่าเบี้ยประกัน ซึ่งแตกต่างกับระดับการศึกษาอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

14. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่อง เวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต ซึ่งแตกต่างกับระดับการศึกษาอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการซื้อประกันชีวิต ผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย แต่มีบางปัจจัยย่อยเท่านั้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงให้ความสำคัญที่จะเน้นในปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวให้มีความพึงพอใจให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่จำต้องแก้ไขและพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของแบบประกันชีวิต ต่ำที่สุด ดังนั้นธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาเรื่องการเพิ่มจำนวนรูปแบบประกันชีวิตให้เพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับธนาคารหรือบริษัทประกันอื่นๆ ประกอบกับความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะนำเสนอรูปแบบประกันชีวิตรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลายพร้อมตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องธนาคารซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความน่าเชื่อถือ ในระดับมากที่สุดโดยเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นจุดเด่นของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงควรรักษาและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนเองในเรื่องความน่าเชื่อถือให้มีความแตกต่างจาก ธนาคารหรือบริษัทประกันอื่นๆต่อไป

ปัจจัยด้านบุคลากร

ถึงแม้ว่าปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยย่อยในระดับมากอยู่แล้วแต่ควรพัฒนาให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาบุคลากร โดยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องรูปแบบประกันชีวิตแต่ละประเภท ทักษะในการอธิบายข้อมูลและรายละเอียดลำดับต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจได้โดยง่าย และการเสริมสร้างบุคลิกภาพ การพูดจาที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรให้พนักงานธนาคารสอบถามถึงความต้องการในการทำประกันของลูกค้าแต่ละรายก่อน เพื่อที่จะได้สามารถนำเสนอรูปแบบประกันที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด หรือถ้าไม่มีรูปแบบประกันที่ตรงกับความต้องการ ทางพนักงานธนาคารอาจทำการเก็บข้อมูลนั้นไว้ และส่งต่อเพื่อเสนอแนะให้กับผู้บริหารให้การพิจารณาเพิ่มรูปแบบประกันให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น และที่สำคัญควรเน้นในเรื่องความสะดวกในการติดต่อพนักงานตัวแทนเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง การสื่อสาร โดยให้การตลาดทางตรงผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ อีเมล มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาเพิ่มกระบวนการทำงานในเรื่องของการบริการหลังการขาย โดยให้การตลาดทางตรง ในการแจ้งข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อจดหมาย โทรศัพท์ หรือ อีเมล เป็นต้น พร้อมทั้งอาจทำการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือกรมธรรม์รูปแบบใหม่ให้กับลูกค้าที่มีความสนใจในการทำกรมธรรม์ ต่อไป โดยอาจจะส่งเป็นจดหมาย อีเมล หรือ SMS เป็นต้น พร้อมทั้งควรใช้จุดแข็งในเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของธนาคาร เป็นจุดหลักในการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ความมั่นคง น่าเชื่อถือของ บมจ ไทยพาณิชย์ นิวยอร์คไลฟ์ ประกันชีวิตในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อนำปัจจัยย่อยดังกล่าวไปวิเคราะห์กับตัวแปรอื่นๆจะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรมีการนำเสนอบริษัทผู้ร่วมทุน ให้กับกลุ่มดังกล่าว ได้รู้จักมากยิ่งขึ้นในเรื่องของชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและความมั่นคง โดยอาจนำเสนอผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ของทางธนาคาร รวมถึงการแนะนำโดยพนักงานธนาคารในเรื่องโครงสร้างการบริหารและการร่วมทุน ก่อนที่จะแนะนำรูปแบบประกัน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งควรได้รับการอธิบายเพื่อความเข้าใจและเพื่อทัศนคติและความเชื่อมั่นที่ดีต่อบริษัท

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง เวลาที่ใช้ในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรลดระยะเวลาในการดำเนินขั้นตอนการทำประกันชีวิตลง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่ายง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น การแบ่งหน้าที่การทำงานของพนักงานให้ชัดเจน โดยการจัดเวรพนักงานที่ต้องดูแลเรื่องประกันเพียงอย่างเดียว สัปดาห์ละ 1 คน พร้อมจัดพื้นที่ให้เหมาะสมหากมีลูกค้าเข้ามาก็จะใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่สำหรับแนะนำ

ผลิตภัณฑ์ กรอกเอกสาร ตรวจสอบภาพเบื้องต้น พร้อมทั้งชำระค่าเบี้ยประกันเป็นต้น โดยใช้หลักการที่ว่า One Stop service

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง อัตราค่าเบี้ยประกันถูกเมื่อเทียบกับบริษัทประกันภัยอื่น มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรตรวจสอบอัตราค่าเบี้ยประกันจาก ธนาคารหรือบริษัทประกันอื่นๆ ซึ่งถ้ามีรูปแบบประกันที่เหมือนกัน ทางธนาคารอาจทำการปรับลดค่าเบี้ยประกัน หรือ ถ้าหากมีรูปแบบประกันที่แตกต่างกันจึงทำให้ค่าเบี้ยประกันแตกต่างกันนั้น ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรที่จะทำการชี้แจงให้ลูกค้าได้รับรู้ โดยที่พนักงานเป็นผู้อธิบายชี้แจงในรายละเอียดเรื่องค่าเบี้ยประกันที่มีความแตกต่างกันให้กับลูกค้า และควรมีเอกสารเปรียบเทียบในเรื่องเบี้ยประกัน การคุ้มครองระยะเวลา ระหว่างธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารหรือบริษัทประกันอื่นๆที่ลูกค้าต้องการเปรียบเทียบ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง ความสะดวกในการชำระเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพียงปัจจัยย่อยเดียว ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการบริการรับชำระค่าเบี้ยประกันให้มากขึ้นดังต่อไปนี้

- 1) อาจทำการเพิ่มช่องทางการชำระเงิน โดยสามารถชำระผ่านทางธนาคารอื่นๆมากยิ่งขึ้น
- 2) เปิดให้บริการชำระผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิส เช่น 7-11 ร้านค้าปลีกที่มีสาขามากที่สุด Tesco Lotus หรือ Telewiz เพิ่มมากขึ้น
- 3) การรับชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร หรือบริการชำระผ่านบัตรเครดิตทางระบบโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- 4) การรับชำระผ่านที่ทำการไปรษณีย์

ทั้งนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงวิธีการและสถานที่ในการชำระค่าเบี้ยประกัน เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ดังกล่าว

ข้อจำกัดในการศึกษา

ปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ ที่มีการตั้งคำถามไม่มากนัก เนื่องจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นเพียงตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตให้กับ บมจ.ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ ประกันชีวิตเท่านั้น ซึ่งมีเพียง 2 ปัจจัยย่อยดังกล่าวที่ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพของ บมจ.ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิตได้ คือ ในเรื่องความมั่นคง น่าเชื่อถือของ บมจ.ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ ประกันชีวิต และ การมีเอกสารให้ข้อมูลครบถ้วนน่าเชื่อถือ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved