

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง และ 3) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยสถานที่รวบรวมข้อมูล ได้แก่ บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาระยอง บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด สาขาระยอง บริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. จำกัด สาขาระยอง จำนวน 3 แห่ง จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 205 ตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ที่เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยของบริษัทประกันภัยทั้ง 3 แห่ง โดยนำกลุ่มตัวอย่างมาแบ่งตามอุปสงค์ของการให้บริการ ประกอบด้วย 4 กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าเบี้ยประกันภัย มากกว่า 5,000 บาท อัตราค่าเบี้ยประกัน 5,000-10,000 บาท อัตราค่าเบี้ยประกัน 10,001-15,000 บาท อัตราค่าเบี้ยประกัน มากกว่า 15,001 ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยมีแต่เพศหญิง อายุมากกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท

2) ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า มีอัตราเบี้ยประกันภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย มากกว่า 15,001 บาท เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เลือกซื้ออัตราเบี้ยประกัน 10,001-15,000 บาท และกลุ่มผู้เลือกซื้ออัตราเบี้ยประกัน 5,001 – 10,000 บาท ในขณะที่กลุ่มผู้เลือกซื้อที่มีอัตราค่าเบี้ยอยู่ที่ น้อยกว่า 5,001 บาท

ด้านจำนวนทุนประกันภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย อยู่ที่ 1,000,001 – 2,000,000 บาท เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เลือกซื้อจำนวนทุนประกัน 2,000,000,1 – 3,000,000 บาท และกลุ่มผู้เลือกซื้อจำนวนทุนประกันน้อยกว่า 1,000,000 บาท ในขณะที่กลุ่มผู้เลือกซื้อที่มีจำนวนทุนประกัน มากกว่า 3,000,001 บาท

ด้านสถานภาพการอาศัยอยู่ในบ้านของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นเจ้าบ้าน

ด้านการอาศัยอยู่ในบ้านที่ทำประกันภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยอยู่อาศัยในบ้าน

ด้านระยะเวลาในการทำประกันภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อมากกว่า 5 ปี เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เลือกซื้อระยะเวลา 2 ปี และกลุ่มผู้เลือกซื้อระยะเวลา 1 ปี ในขณะที่กลุ่มผู้เลือกซื้อระยะเวลา 3 ปี

ด้านจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อที่มีจำนวน 1ฉบับ เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เลือกซื้อที่มีจำนวน 2 ฉบับ และกลุ่มผู้เลือกซื้อที่มีจำนวน 3 ฉบับ

ด้านบริษัทประกันภัยที่กลุ่มผู้เลือกซื้อมากที่สุดคือ บริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันภัย จำกัด

ด้านการได้รับค่าสินไหมทดแทนของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยไม่เคยไม่รับ

ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อของกลุ่มผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัย คือ ธนาคารผู้ให้กู้ยืมบังคับให้ทำประกันอัคคีภัย

ด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันอัคคีภัยของกลุ่มผู้เลือกซื้อคือ ได้รับความคุ้มครองกรณีเกิดเหตุไฟไหม้

3) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม ตามอัตราค่าเบี้ยประกันภัย คือ น้อยกว่า 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 และ มากกว่า 15,001 บาท พบว่า

ปัจจัยด้านสถานที่ กลุ่มผู้เลือกซื้อ ทั้งกลุ่มให้ความสำคัญ สถานที่จอดรถสะดวก

ปัจจัยด้านบุคลากร กลุ่มผู้เลือกซื้อ ทั้งกลุ่มให้ความสำคัญ การบริการหลังการขายที่ประทับใจของพนักงานบริษัทประกันภัย

ปัจจัยด้านด้านค่าเบี้ยประกันภัย กลุ่มผู้เลือกซื้อ ทั้งกลุ่มให้ความสำคัญ เบี้ยประกันเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นไม่สูงเกินไป

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มผู้เลือกซื้อ ทั้งกลุ่มให้ความสำคัญ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้เลือกซื้อ ทั้งกลุ่มให้ความสำคัญ มีเว็บไซต์ของบริษัท การจัดลำดับความสำคัญและวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้เลือกซื้อให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยทั้งสี่ปัจจัยมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในเกณฑ์มาก

4) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ความพึงพอใจด้านสถานที่ พบว่า ผู้เลือกซื้อส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ด้านตั้งอยู่ในทำเล ที่สะดวกในการติดต่อมากที่สุด รองลงมาคือ การมีป้ายชื่อบริษัทมองเห็นได้ง่ายตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้เลือกซื้อส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านพนักงานของบริษัทประกันภัยมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้เลือกซื้อส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในด้านช่องทางการชำระเงินค่าเบี้ยประกันที่หลากหลายมากที่สุด รองลงมา คือ มีพนักงานให้บริการอธิบายความคุ้มครองนอกสถานที่ ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้เลือกซื้อส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านมีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ของบริษัท ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ผลการศึกษาในส่วนพฤติกรรมของผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่าเหตุผลที่ผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย คือ ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย ที่ไม่แพงจนเกินไป เทียบเปรียบกับความคุ้มครอง เน้นความคุ้มครองเฉพาะความเสี่ยงของผู้เลือกซื้อเป็นราย ๆ ไป

2) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ทำให้ผู้ทำประกันภัยตัดสินใจเลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ลำดับหนึ่ง คือปัจจัยด้านสถานที่ ด้านสถานที่ जोดรถ กรณีที่ผู้เลือกซื้อเข้ามาติดต่อที่บริษัท ดังนั้นบริษัท ควรเลือกสถานที่ในตั้งของบริษัท หรือสาขาให้มีสถานที่ जोดรถที่เพียงพอเพื่อบริการผู้เลือกซื้อ

3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เลือกซื้อประกันอัคคีภัยเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดระยอง ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

3.1) ด้านสถานที่ บริษัทควรเพิ่มสถานที่ जोดรถให้ जोดรถได้จำนวนมาก หรือเลือกสถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวก

3.2) ด้านบุคลากร บริษัทควรสนับสนุนให้พนักงานมีการเรียนรู้ มีการวัดผลความรู้รวมไปถึงทัศนคติในด้านการบริการให้เป็นบวก

3.3) ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันภัย บริษัทควรเบี้ยให้ต้องตามความเสี่ยงของลูกค้าแต่ละราย เช่น ความเสี่ยงมากเบี้ยสูง ความเสี่ยงน้อยเบี้ยต่ำ ความคุ้มครองให้ทำในลักษณะทิศทางเดียวกัน

3.4) ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทควรเพิ่มช่องทางของการบริการให้มาก และทันสมัย เช่น ผ่าน Facebook , Swap, BB

3.5) ด้านส่งเสริมการตลาดบริษัทควรเพิ่มช่องทางของการตลาดให้มาก และทันสมัยเช่น ผ่าน Facebook , Swap, BB, SMS, MMS

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ มีเพียงจำนวน 205 ราย และใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 3 เดือน และเป็นช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2554 ถึง พฤษภาคม 2554 ซึ่งอาจทำให้ได้ผลการศึกษาที่ไม่ครอบคลุมหรือชัดเจน ดังนั้นในการศึกษารุ่นต่อไปควรจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างและใช้เวลาเก็บข้อมูลให้มากกว่านี้ ซึ่งอาจจะได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป

2) ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาบริษัทอื่นๆ เพิ่มเติมอีก เนื่องจากจำนวนประกันภัยในจังหวัดระยองมีทั้งหมด 36 สาขา กลุ่มตัวอย่างควรมีมากกว่า 20 บริษัท เพื่อที่จะสามารถทราบผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป

3) การศึกษาในครั้งนี้อาจมีปัจจัยที่มีอิทธิพลอื่นอีกหลายปัจจัย ซึ่งผู้ศึกษาไม่ได้รวมไว้ในกรอบการศึกษา ดังนั้นในการศึกษารุ่นต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพสำหรับปัจจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ต่อไป