

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร สามารถสรุปอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาครส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.0 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 41.0 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 58.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 64.5 มีรายได้ 10,001-25,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 37.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด ร้อยละ 55.0 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.0 ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ ร้อยละ 46.5 จ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิต 10,001-25,000 บาทต่อปี ร้อยละ 39.5 มีกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 74.0 ทำประกันชีวิตเพราะต้องการความคุ้มครองและสะสมทรัพย์ ร้อยละ 93.0 และตัวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเอง ร้อยละ 94.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 44.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 74.0 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท ร้อยละ 54.0 และมีเหตุผลที่จะทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตคือ ต้องการความคุ้มครองและสะสมทรัพย์ ร้อยละ 82.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง-มาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยรวมระดับมากหรือเท่ากับ 3.66 โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยในด้านการมีสิทธิประโยชน์ตามกรมธรรม์ประกันชีวิตสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมาเป็นด้านชื่อเสียงบริษัทประกันชีวิต

2. ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยรวมระดับปานกลางหรือเท่ากับ 3.46 โดยให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านความคุ้มครองที่ได้รับ คำนวณกับเบี้ยประกัน รองลงมาเป็นด้านหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลางหรือเท่ากับ 3.36 โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยในด้านมีการสร้างเครือข่ายของตัวแทนเพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รองลงมาเป็นด้านสามารถหาซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตได้สะดวก เนื่องจากมีสาขาหรือตัวแทนจำหน่ายหลายแห่งในจังหวัด

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลางหรือเท่ากับ 3.35 โดยให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ รองลงมาของผู้ทำประกันชีวิตเป็นด้านมีการมอบส่วนลดสำหรับซื้อกรมธรรม์เพิ่มเติม และของผู้ไม่ทำประกันชีวิตเป็นด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ

5. ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคลค่าเฉลี่ยรวมระดับมากหรือเท่ากับ 3.94 โดยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ทำประกันชีวิตและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทำประกันชีวิต คือ ผู้ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ รองลงมาเป็นด้านสามารถติดต่อตัวแทนได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และสามารถติดต่อตัวแทนหรือพนักงานให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และผู้ไม่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคลค่าเฉลี่ยรวมระดับมากหรือเท่ากับ 3.87 โดยให้

ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านตัวแทนบริการด้วยความซื่อตรงและมีจริยธรรม
รองลงมาเป็นด้านตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยรวมระดับ
มากหรือเท่ากับ 3.86 โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านเป็นบริษัทประกันชีวิตที่
ได้รับรางวัลหรือการรับรองจากสถาบันระหว่างประเทศ ทำให้ผู้นำเชื่อถือ รองลงมาเป็นด้าน
บริษัทประกันชีวิตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ตกแต่งสถานที่สวยงามและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

7. ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยรวมระดับมากหรือ
เท่ากับ 3.88 โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหายไม่
ยุ่งยาก รองลงมาเป็นด้านมีพนักงานหรือตัวแทนสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
ก่อนเสนอรูปแบบของการประกันชีวิต

8. ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการทำประกันชีวิต

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยรวมระดับมากหรือเท่ากับ
3.87 โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านต้องการคำรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย
รองลงมาเป็นด้านได้สิทธิประโยชน์การลดหย่อนภาษีเงินได้

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิตปรับปรุงเรื่อง
การเพิ่มคำรักษาพยาบาล เนื่องจากค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลสูงขึ้นมากที่สุด รองลงมาเป็น
เพิ่มความคุ้มครองความเสี่ยงในการเสียชีวิตให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิตปรับปรุงเรื่องปรับ
อัตราค่าเบี้ยประกันลดลงมากที่สุด รองลงมามีส่วนลดสำหรับกรมธรรม์รูปแบบใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิต
ปรับปรุงเรื่องเพิ่มสาขาหรือศูนย์บริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ มากที่สุด รองลงมาเพิ่ม
นายหน้าหรือตัวแทนประกันชีวิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิต
ปรับปรุงเรื่องมีการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าควรได้รับมากที่สุด รองลงมา
ให้ส่วนลดสำหรับกรมธรรม์ฉบับต่อไป

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิตปรับปรุงเรื่องตัวแทนสามารถอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่ายและตัวแทนต้องรู้จักปรับวิธีเสนอขายและให้ข้อมูลที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายมากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิตปรับปรุงเรื่องต้องพัฒนาให้เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ได้รับรางวัล หรือการรับรองจากสถาบันของรัฐหรือต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาปรับปรุงสำนักงานให้ดูสวยงามและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บริษัทประกันชีวิตปรับปรุงเรื่องปรับปรุงให้บริการมีความเป็นธรรมมากขึ้นมากที่สุด รองลงมาจ่ายค่าสินไหมทดแทนรวดเร็ว

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของ Phillip Kotler อภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล (3.94) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านกระบวนการ (3.88) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.66) ปัจจัยด้านราคา (3.46) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.36) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.35) ตามลำดับ และปัจจัยอื่นๆ (3.87) โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านการมีสิทธิประโยชน์ตามกรมธรรม์ประกันชีวิตสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษณา หาญสุภลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา (Price)

ด้านราคา ประกอบด้วย คุณค่ากรรมธรรม์ในรูปตัวเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านความคุ้มครองที่ได้รับ ค้ำกับเบี้ยประกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสุทธิลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงรายที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย กระบวนการทำงานที่จะทำให้บริการ ไปถึงผู้บริโภค

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านมีการสร้างเครือข่ายของตัวแทนเพื่อทำให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสุทธิลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การใช้สื่อโฆษณา การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสุทธิลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล ประกอบด้วย การสร้างความพึงพอใจ การสร้างปฏิสัมพันธ์ ที่ดีกับ ผู้บริโภค

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคลค่าเฉลี่ยรวม ระดับมาก โดยให้ความสำคัญระดับสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านตัวแทนให้บริการลูกค้าด้วยความ เป็นมิตรและประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสกุลลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ใน จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลใน ระดับมาก และสอดคล้องกับผลการค้นคว้าแบบอิสระของ สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540) ซึ่ง ศึกษาเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจและสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สิ่งที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ ประกอบด้วย ตราสัญลักษณ์ ความหรูหราของสำนักงาน ชื่อเสียง

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านเป็นบริษัท ประกันชีวิตที่ได้รับรางวัลหรือการรับรองจากสถาบันระหว่างประเทศ ทำให้ดูน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสกุลลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย การส่งมอบที่อาศัยเครื่องมือและบุคลากร เพื่อสร้าง ความประทับใจ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยในด้านขั้นตอนการเรียกร้อง ค่าเสียหายไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าแบบอิสระของ กฤษฎา หาญสกุลลักษณ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์

ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยด้านบุคลากรลงมาเป็นปัจจัยด้านกระบวนการ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน มีแตกต่างกันเพียงปัจจัยย่อยด้านบุคลากร โดยผู้ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อย ตัวแทนให้บริการด้วยความเป็นมิตรและประทับใจ และผู้ไม่ทำประกันชีวิตให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยย่อย ตัวแทนบริการด้วยความซื่อตรงและมีจริยธรรม

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิตที่มีการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก แตกต่างกับผู้มีการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลาง

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทำประกันชีวิตทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก โดยผู้ประกอบอาชีพพนักงานธนาคารและพนักงานบริษัทให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยด้านบุคลากร แต่ผู้ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญสูงที่สุดกับปัจจัยด้านกระบวนการ

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการสูงที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการเรียกร้องค่าเสียหายไม่ยุ่งยาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าบริษัทประกันชีวิตดำเนินการดีอยู่แล้วไม่ควรปรับปรุง แต่ควรปรับปรุงในด้านบริการให้มีความเป็นธรรมมากขึ้น และจ่ายค่าสินไหมทดแทนรวดเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตของพนักงานในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทประกันชีวิตควรเพิ่มผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ให้สูงขึ้น เนื่องจากทำการประกันชีวิต เป็นการออมเงินรูปแบบหนึ่ง ซึ่งผู้ทำประกันชีวิตต้องการผลตอบแทน ซึ่งเป็นผลตอบแทนในอนาคต 10 ปี 20 ปี หรือมากกว่า ซึ่งผู้ทำประกันไม่ได้คำนวณมูลค่าปัจจุบันของเงินที่จะได้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์เมื่อสิ้นสุดสัญญา มากกว่าค่าเบี้ยประกันที่จ่ายไป แต่ถ้าคำนวณกลับเป็นมูลค่าปัจจุบัน จะได้รับน้อยกว่าที่จ่ายไป
2. ปัจจัยด้านราคา เนื่องจากปัจจุบันค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงขึ้น บริษัทประกันชีวิตควรเพิ่มความคุ้มครอง ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย บริษัทประกันชีวิตควรเพิ่มสาขาหรือศูนย์บริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคไม่ให้ความสำคัญกับการซื้อประกันชีวิตผ่านทางเว็บไซต์
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด บริษัทประกันชีวิตควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์รูปแบบกรมธรรม์ สิทธิประโยชน์ตามกรมธรรม์ การชำระเบี้ยประกัน และความคุ้มครองที่ได้รับ เพื่อผู้บริโภคได้ศึกษา ทำความเข้าใจ
5. ปัจจัยด้านบุคคล เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด และเป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุง ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตควรฝึกอบรมตัวแทน ด้านการให้บริการที่ดี การมีจิตสำนึกในการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการ โดยผู้ที่ทำประกันชีวิตจะให้ความสำคัญต่อการรับบริการ
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ บริษัทประกันชีวิตต้องทำให้ผู้บริโภคทราบว่าบริษัทได้รับรางวัลหรือการรับรองจากสถาบันใดบ้าง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าเป็นปัญหาที่ต้องปรับปรุง
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นควรมีขั้นตอนการให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนควรจัดการให้สะดวกและรวดเร็ว มีความเป็นธรรมมากขึ้น

8. ปัจจัยอื่นๆ

รัฐบาลโดยกรมการประกันภัย ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ถึงประโยชน์ของการทำประกันชีวิต สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของประกันชีวิต ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และสะดวกในการติดต่อ

รัฐบาลควรสนับสนุนให้ประชาชนมีหลักประกันในชีวิต แต่ค่าเบี้ยประกันชีวิตที่มีความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลมีอัตราสูง ทำให้ประชาชนไม่สามารถทำประกันชีวิตได้ เนื่องจากเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย รัฐบาลควรเข้าไปควบคุมดูแลบริษัทประกันชีวิตในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันชีวิต

รัฐบาลควรช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน โดยการเพิ่มค่าลดหย่อนภาษีเงินได้สำหรับค่าเบี้ยประกันชีวิต ซึ่งในปัจจุบันสามารถลดหย่อนได้ตามจ่ายจริงแต่ไม่เกิน 50,000 บาทต่อปี ควรปรับให้เป็นตามที่มีใบเสร็จรับเงินมาแสดง และกรมธรรม์ประกันชีวิตที่สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ ต้องมีอายุกรมธรรม์ 10 ปีขึ้นไป ควรแก้ไขให้เป็นกรมธรรม์ประกันชีวิตทุกชนิดที่มีการหลักฐาน โดยไม่ต้องกำหนดอายุกรมธรรม์