

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตของลูกค้านาคารไทยพาณิชย์ วัตถุประสงค์รองเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตดังกล่าว โดยทำการสอบถามลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต จำนวน 300 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตามสัดส่วน ประกอบด้วยกลุ่มผู้ซื้อกรรมกรรมแบบนิเวศเวอร์พลัส จำนวน 150 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้ซื้อกรรมกรรมแบบสตาร์ทเตอร์พลัส 150 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติไควสแควร์ ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการและทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้าทั้งสองกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย การหักลดหย่อนภาษีเงินได้ ผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต การเบิกค่ารักษาพยาบาลอื่นเนื่องจากอุบัติเหตุ และระยะเวลาของความคุ้มครองจากกรรมกรรม ด้านความเสี่ยงต่อการที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุในอนาคต ด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต ด้านระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน และด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ ประกอบด้วย การแจกของสมนาคุณให้กับผู้ทำประกันภัย การส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ และการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาของการรับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบริการด้านประกันชีวิตผ่านธนาคาร จำนวนทุนประกันชีวิต ลักษณะและวิธีการชำระค่าเบี้ยประกัน แหล่งข่าวสารในการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต การส่งเสริมการขายในช่วงที่ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต และการทำประกันชีวิตกับบริษัทอื่น ส่วนความพึงพอใจของผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต สามารถวัดระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านคุณภาพการให้บริการ โดยให้ลูกค้าตอบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ปานกลาง และน้อย โดยให้คะแนนเป็น 3, 2 และ 1 ตามลำดับ จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ย ผลของค่าเฉลี่ย 2.24-3.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก 1.67-2.33 หมายถึงมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ 1.00-1.66 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้คือ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ายกุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 บาท เมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานของธนาคาร ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันแบบนิวเซฟเวอร์พลัส และแบบสตาร์ทเตอร์พลัส พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกัน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านระยะเวลาชำระเบี้ยประกันชีวิต พบว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าไม่มีผล ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักลดหย่อนภาษีเงินได้ พบว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าไม่มีผล ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากระยะเวลาของความคุ้มครองกรมธรรม์ พบว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่าไม่มีผล และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเบิกการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ พบว่า ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ แต่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พลัส เห็นว่า มีผล เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท การชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตส่วนใหญ่ชำระค่าเบี้ยประกันเป็นรายปี โดนการหักผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร และกลุ่มสมรสมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด ส่วนการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านคุณภาพในการให้บริการมากที่สุด อันดับที่ 2 คือ ด้านราคา ประกอบด้วย ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต และผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต อันดับที่ 3 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ความคุ้มครองของกรมธรรม์ประกันชีวิต

ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้สูงกว่า 40,000 บาทต่อเดือน เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกัน

ชีวิตมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด เนื่องจากมีระยะเวลาชำระค่าเบี้ยประกันเพียง 6 ปี ส่วนการประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พ्लัส ต้องชำระค่าเบี้ยประกัน 15 ปี รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร ตามลำดับ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ และรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ขายผ่านสื่อต่างๆ มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท ชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายปีโดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร และคู่สมรสมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ส่วนการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและเต็มใจให้บริการของพนักงาน ด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ และด้านพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียด ชัดเจนในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านของสมนาคุณมีความเหมาะสมและคุ้มค่า ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่อง และด้านความหลากหลายของกรมธรรม์ ในระดับน้อย ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์ทเตอร์พ्लัส จำนวน 150 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่า ความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากที่สุด เนื่องจากอัตราค่าเบี้ยประกันชีวิตต่อปีต่ำกว่าประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พ्लัส ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานของธนาคาร และปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต ตามลำดับ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการหักลดหย่อนภาษีเงินได้ มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ และรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการเบิกค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตทุนประกัน 100,000-200,000 บาท ชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายเดือน

โดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร และคู่สมรสมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกรรมกรรม ส่วนการศึกษา ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตแบบสตาาร์ทเตอร์พลาส พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียด ชัดเจน ด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ และด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านของสมนาคุณ มีความเหมาะสมและคุ้มค่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลมีความต่อเนื่อง และด้านความหลากหลายของกรรมกรรม ในระดับน้อย ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างในการซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตของลูกค้ายธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ ในรูปแบบนิเวฟเวอร์พลาส และแบบสตาาร์ทเตอร์พลาส ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตแบบนิเวฟเวอร์พลาส ส่วนใหญ่มีอายุ 36-60 ปี มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และผู้ซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตแบบสตาาร์ทเตอร์พลาส ส่วนใหญ่มีอายุ 20-35 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้นธนาคารควรนำเสนอการประกันชีวิตแบบนิเวฟเวอร์พลาสให้กับลูกค้ายที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ไม่ประจำ และนำเสนอการประกันชีวิตแบบสตาาร์ทเตอร์พลาสให้กับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ประจำ ก็จะทำให้ธนาคารสามารถเพิ่มฐานลูกค้ายด้านการประกันชีวิตให้มากขึ้นได้ เป็นประโยชน์ต่อธนาคารในการพัฒนาด้านการตลาดของธนาคารต่อไป

2) จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมกรรมประกันชีวิตของลูกค้ายกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ การส่งเสริมการขายของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านพนักงานของธนาคาร แสดงว่าพนักงานธนาคารมีความสำคัญที่สุดในการเสนอผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตของธนาคารให้แก่ลูกค้ายได้รับทราบ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต ดังนั้นควรมีการจัดอบรมพนักงานด้านการขายประกันชีวิต ตลอดจนเทคนิคและวิธีการขาย เพื่อให้สามารถนำเสนอรูปแบบต่างๆของประกันชีวิตให้แก่ลูกค้ายของธนาคารได้อย่างถูกต้อง

3) จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของลูกค้ายุค Millennials ตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบนิวเซฟเวอร์พลัส พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการชำระค่าเบี้ยประกัน เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีผลต่อกลุ่มอายุ 46-60 ปี มากที่สุด ส่วนลูกค้ายุค Millennials ตัวอย่างผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสตาร์เทอร์พลัส พบว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของค่าเบี้ยประกันชีวิต เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีผลต่อกลุ่มอายุ 46-60 ปี มากที่สุด ดังนั้น ธนาคารสามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

4) จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะของสมนาคุณมีความเหมาะสมและคุ้มค่า ในระดับมากเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้น ธนาคารควรจัดหาของสมนาคุณที่มีความเหมาะสม และคุ้มค่าเพื่อมอบให้กับลูกค้าที่ทำประกันชีวิต เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึว่าการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารนั้น มีความคุ้มค่า

5) จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่พอใจในด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยเฉพาะการที่พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตแต่ละประเภทได้อย่างละเอียดชัดเจนมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ ดังนั้นธนาคารควรรักษาคุณภาพด้านการให้บริการให้ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่เสมอ ก็จะทำให้มีลูกค้าเลือกใช้บริการด้านประกันชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารให้ติดอยู่ในใจของลูกค้าตลอดไป