

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลูกค้ำที่ซื้อประกันชีวิตกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง และอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี กลุ่มอาชีพที่พบมากที่สุดคือกลุ่ม ลูกจ้างและพนักงานของรัฐ สถานภาพเป็นโสดมากที่สุดด้วยจำนวนร้อยละ 46.2 และอยู่ในระดับการศึกษาหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 30,001-45,000 บาท และมีหนี้สินต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทจากนั้นเป็นการศึกษาโครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมของลูกค้ำต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตกับธนาคารไทยพาณิชย์สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงการตัดสินใจทำประกันชีวิตโดยจำแนกเป็น ประเภทและแบบประกันที่ลูกค้ำที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ทำมากที่สุด ได้แก่ แบบประกันประเภทสะสมทรัพย์ 15 ปีคุ้มครอง 25 ปี New Treasure + 15/25, อัตราค่าเบี้ยประกันของ ลูกค้ำที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่อยู่ที่ ระหว่าง 40,000 – 80,000 บาท, ผลประโยชน์ เงินคืนของลูกค้ำโดยรวมอยู่ในประเภทมีเงินสดคืนทุก 2 ปี เป็นจำนวน 157 ราย,ระยะเวลาความคุ้มครองที่ลูกค้ำเลือกมากที่สุดคือระยะเวลาคุ้มครองกรมธรรม์ประกันชีวิต คุ้มครองชีวิต 300% ของทุนประกัน ตลอดสัญญา , คุ้มครองอุบัติเหตุ 600% และคุ้มครองอุบัติเหตุ พิเศษ 900 % ของทุนประกัน ช่วงเวลาชำระเบี้ยประกัน 177 รายรวมถึงอนุสัญญาเพิ่มเติม พบว่าลูกค้ำกลุ่มที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ ไม่นิยมทำอนุสัญญาเพิ่มเติมกรมธรรม์ประกันชีวิต 150 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8

5.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างอุปสงค์ และพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ มากที่สุดอันดับที่ 1 ก็คือปัจจัยด้านการให้บริการและสิ่งทีลูกค้ำให้ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจให้บริการ และรองลงมาคือพนักงานทำงานด้วยความถูกต้องแม่นยำ จึงสรุปได้ว่า การให้บริการที่

ดีสร้างคามพึงพอใจต่อลูกค้าสามารถสร้างอุปสงค์ให้สูงขึ้นได้ ส่วนอันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และยังคงคำนึงถึง ด้านระยะเวลาของกรรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งทำให้ทราบถึงว่าลูกค้าประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์เชียงใหม่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระยะเวลาของกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นอย่างมาก ส่วน ปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกัน เป็นอันดับที่สาม ซึ่งทำให้ทราบว่าลูกค้าประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ ยังต้องการความชัดเจนและการระบุเงื่อนไขต่างๆ ให้ลูกค้าต้องเข้าใจง่าย ในด้านปัจจัยด้านค่าเบี้ยประกันเรื่องที่มีผู้บริโภคในความคิดสำคัญ คือ เงื่อนไขการจ่ายเงินคืนที่ชัดเจน ต่อมา อันดับทีสี่ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการพบว่า ส่วนใหญ่จะหมายถึงการบริการด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ลูกค้าถือครอง เมื่อลูกค้าประสบปัญหาหลังจากการซื้อบริการประกันชีวิตกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ อันดับที ห้าคือ ปัจจัยด้านกายภาพ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ มีความแออัดและขาดแคลนที่จอดรถผลการศึกษาที่ได้ค่อนข้างสอดคล้องกับการคาดหมาย นั่นก็คือ ลูกค้ามีความต้องการความสะดวกในการจอดรถมาเป็นอันดับแรก ตามมาด้วยสถานที่ตกแต่งทันสมัยสะอาดและสวยงามและอันดับสุดท้ายคือ สถานที่ตกแต่งทันสมัยสะอาดและสวยงาม อันดับทีหกได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจุบัน ของสมนาคุณและการส่งเสริมการตลาดด้านต่าง ๆ และปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์, โฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ ต่างเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทุกเพศทุกวัย และการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา คณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ให้ความสำคัญกับ โฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์ และอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงและเปิดทำการมาเป็นเวลายาวนาน ลูกค้าจึงให้ความสำคัญปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอันดับสุดท้าย หรือแทบจะไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตของธนาคาร

5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมของลูกค้าประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์คณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรม ด้านจำนวนกรรมธรรม์และผลประโยชน์เงินคืนกรรมธรรม์ลูกค้าที่มีอายุมากมีความสามารถชำระเบี้ยประกัน และมีจำนวนกรรมธรรม์ประกันชีวิตได้สูงกว่า

ลูกค้าที่มีอายุน้อย และจะคำนึงถึงผลประโยชน์เงินคือเป็นหลักรายได้ มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างอุปสงค์ ผู้มีรายได้มาก ต้องเสียภาษีมาก จึงมีอุปสงค์ในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตมากด้วยเพื่อสามารถนำไปลดหย่อนภาษี และลงทุนผ่านระบบประกันชีวิตของธนาคารพาณิชย์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตหากลูกค้ามีภาระหนี้สินมากจึงเป็นเหตุทำให้มีความต้องการด้านอนุสัญญาย่อย เช่น ความคุ้มครองในเรื่องของค่ารักษาพยาบาล, ความคุ้มครองโรคร้ายแรงและค่าชดเชยรายวันขณะรักษาตัวในโรงพยาบาล เพื่อให้ธนาคารร่วมเฉลี่ยความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายต่างๆที่จะเกิดขึ้นการระบุเงื่อนไขกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ชัดเจนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตเนื่องจากสัญญาประเภทอนุสัญญาย่อยมักมีเงื่อนไขการคุ้มครองมากกว่าสัญญาประกันชีวิตที่จะให้กับลูกค้าที่เสียชีวิตหรือทุพพลภาพ แต่อนุสัญญาย่อยเป็นการจ่ายค่าชดเชยค่ารักษาให้กับลูกค้าขณะที่รักษาตัวหรือประสบอุบัติเหตุ เช่นการมีระยะเวลาการรอคอย 90 วัน ลูกค้าที่ป่วยเป็นโรคร้ายแรงมาก่อนแล้วมาทำประกันประเภทอนุสัญญาย่อยธนาคารจะปฏิเสธที่จะจ่ายค่าชดเชยหรือแม้แต่การเบิกค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก ธนาคารจะกำหนดว่าไม่เกินกี่ครั้งในหนึ่งปี และการรักษาต่อครั้งไม่เกินวงเงินเท่าใดเป็นต้น ความสะดวกในการจองรถ ความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านระยะเวลาความคุ้มครองและอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิต เพราะธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ ขาดแคลนด้านที่จองรถ จึงส่งผลให้มีผลกระทบต่อทางเลือกซื้อประกันชีวิตกับธนาคาร การโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตเพราะเงื่อนไขและข้อกำหนดของประกันประเภทอนุสัญญาย่อยมีเงื่อนไขมากกว่าประกันชีวิตที่คุ้มครองเฉพาะการเสียชีวิต จึงส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการส่งเสริมการตลาดทางการโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์หลังจากลูกค้ามาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ โครงสร้างอุปสงค์จึงแสดงให้เห็นว่าลูกค้ากลุ่มประกันชีวิตของธนาคาร ไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ให้ความสำคัญทางด้านบริการเป็นอย่างมากพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตลูกค้ามีความคำนึงถึงการบริการของพนักงานที่จะอธิบายข้อกำหนดและเงื่อนไขของบริการด้านอนุสัญญาย่อยให้ชัดเจนและด้วยความเต็มใจในการให้บริการพนักงานทำงานด้วยความถูกต้องแม่นยำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์

ประกันชีวิตลูกค้าของธนาคารมีความต้องการความถูกต้องแม่นยำในการให้ข้อมูล ด้านอนุสัญญา  
 ย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตองค์การมีความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์โครงสร้างและพฤติกรรม  
 ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตความน่าเชื่อถือขององค์กรสร้างความเชื่อมั่นให้กับ  
 ลูกค้าว่าจะสามารถชดเชยค่าสินไหมที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงทีการออกแบบตกแต่งสถานที่  
 ความสัมพันธ์โครงสร้างและพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตการออกแบบ  
 ตกแต่งสถานที่ของสาขาให้มีความสะอาดทันสมัยเป็นการสร้างความเชื่อถือและส่งผลให้ลูกค้าเกิด  
 ความประทับใจ เพื่อจะซื้อบริการต่างๆ รวมถึงด้านอนุสัญญาย่อยกรมธรรม์ประกันชีวิตการจ่ายเงิน  
 ทดแทนสินไหมให้กับผู้เอาประกันเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้าน  
 อนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตเนื่องจากการเบิกค่าสินไหมด้านอนุสัญญาย่อยกรมธรรม์  
 ประกันชีวิต มีความถี่มากกว่า ด้านความคุ้มครองการสูญเสียชีวิตส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการ  
 ความรวดเร็วในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน การมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มี  
 ความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิตระบบการทำงานด้านการ  
 เบิกค่าสินไหมของอนุสัญญาย่อยกรมธรรม์ประกันชีวิตต้องมีความถูกต้องและชัดเจนหากมีระบบ  
 การทำงานที่ผิดพลาด ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในบริการของธนาคารมีการให้บริการความ  
 ช่วยเหลือหลังการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ด้านอนุสัญญาย่อยของกรมธรรม์ประกันชีวิต  
 เพราะการให้บริการหลังการขายเป็นส่วนสำคัญของการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทต่างๆ  
 เพราะสัญญากรมธรรม์ชีวิตมักเป็นสัญญาระยะยาวลูกค้าจะต้องมีความผูกพันกับธนาคารเป็น  
 ระยะเวลาหนึ่ง และประกันประเภทอนุสัญญาย่อยกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นสัญญาที่สามารถเบิก  
 ค่าสินไหมขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ เช่น ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก, ค่าชดเชยรายวัน  
 ขณะเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลและความคุ้มครองโรคร้ายแรงเพื่อจ่ายเงินสินไหมให้กับลูกค้า  
 เมื่อตรวจพบโรคร้ายแรงกระบวนการต่างๆ จึงมีความเกี่ยวข้องกับพนักงานธนาคารซึ่งจะต้องมีการ  
 ให้ความช่วยเหลือและบริการหลังการขายด้วยความเต็มใจให้บริการกับลูกค้า

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลศึกษาอุปสงค์ต่อผลิตภัณฑ์ ประกันชีวิต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ ควรเน้นการบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำและความเต็มใจให้บริการ รวมถึงการขยายที่จอร์ตรอย่างเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าให้ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคารจะส่งผลให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากขึ้นในการมาใช้บริการและสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง รวมถึงจากการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสาขาคือกลุ่มแพทย์ ,พยาบาล ธนาคารยังคงไม่สามารถเสนอขายบริการต่างๆ ของธนาคารได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยี ทางด้านการเงินมีความทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้น เช่นการใช้บริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตจากเวปไซด์ ของธนาคาร ซึ่งลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่างๆ โดยไม่ต้องผ่านธนาคารสาขา จึงเป็นเหตุให้ไม่สามารถเสนอขายบริการต่างๆ ของธนาคารแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้ จึงมีข้อเสนอแนะให้ธนาคารสาขา ควรหาโอกาสที่จะเสนอขายบริการต่างๆ ของธนาคาร โดยจัดกิจกรรมเสริมต่างๆ เช่นหลังจากการประชุมวิชาการ อาจมีการให้ความรู้การบริหารทางการเงินให้กับผู้ร่วมประชุม หรือแม้กระทั่งการจัดนิทรรศการทางการเงิน บริเวณธนาคาร เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเป็นต้น ซึ่งอาจทำให้พนักงานได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับลูกค้ามากขึ้น

อีกประการคือควรมีการแบ่งลูกค้ารายใหญ่ เพื่อให้พนักงานดูแล เนื่องจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เป็นธนาคารสาขาขนาดใหญ่ มีลูกค้ารายใหญ่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้พนักงานไม่สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง หากมีการแบ่งลูกค้ารายใหญ่เพื่อให้พนักงานดูแลส่งผลให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและรู้สึกว่าคุณเองเป็นบุคคลสำคัญ เป็นโอกาสให้พนักงานสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ ของธนาคาร ได้เพิ่มขึ้น

2. ธนาคารอื่นๆ ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตอย่างมาก และมีการแข่งขันกันสูง จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของธนาคารอื่น เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดและต่อสู้กับคู่แข่งในตลาดได้

3. ลูกค้าของธนาคาร เนื่องจากการการวิจัยในครั้งนี้เป็นการสุ่มสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ ส่งผลให้ธนาคารสามารถทราบความ

ต้องการของลูกค้าที่แท้จริงเพื่อปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต รวมถึงการให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้าและการบริการหลังการขาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถทำให้อุปสงค์รวมของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น

4. หน่วยงานภาคเอกชนต่างๆ รวมถึงบริษัทประกันชีวิตต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาและวิเคราะห์ เนื่องจากปัจจุบันธนาคารร่วมขายผลิตภัณฑ์แข่งขันกับบริษัทประกันชีวิตต่างๆ และมีส่วนแบ่งการตลาดสูง เพราะธนาคารมีความใกล้ชิดกับลูกค้าและสามารถให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว บริษัทประกันชีวิตต่างจึงต้องมีการปรับแผนการตลาดของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน การวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานเอกชนรวมถึงบริษัทประกันชีวิตต่างๆ

5. หน่วยงานภายในโรงพยาบาล ประกอบด้วย ลูกจ้างและพนักงานของรัฐ แพทย์พยาบาลและพนักงานบริษัทเอกชน ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจทางการเงินและสิทธิในการลดหย่อนภาษีด้านต่าง ๆ แก่บุคลากร เพื่อให้สามารถได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริหารทางการเงินที่ดี

6. นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนประชาชนที่สนใจทั่วไป สามารถเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ของธนาคารซึ่งแตกต่างจากอดีต สามารถเข้าใจผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตของธนาคาร นอกจากบริการทางการเงิน