บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่อิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่ทำกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด จำนวน 87 ราย และในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 65.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 34.5มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 31.0 รองลงมาอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 28.7 และอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 28.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 54.0 รองลงมา เป็นโสด ร้อยละ 33.3 และหย่าร้าง ร้อยละ 8.0 และมีอาชีพรับราชการมากที่สุด ร้อยละ 37.9 รองลงมา เจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 23.0 และ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 18.4ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.8 รองลงมา อนุปริญญาหรือปวส. ร้อยละ 18.4 และ ปริญญาโท ร้อยละ 13.8 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 42.5 รองลงมา ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 24.1 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 18.4 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนบุตรหรือผู้ที่อยู่ในอุปการะ ร้อยละ 57.5 ไม่มีจำนวนบุตรหรือผู้ที่อยู่ในอุปกากร ร้อยละ 42.5โดยที่จำนวนบุตรหรือผู้ที่อยู่ในอุปการะ มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ร้อยละ 31.0 รองลงมา อายุ 16-25 ปี ร้อยละ 20.7 และ 26-35 ปี ร้อยละ 5.7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลในครอบครัวที่ประกอบอาชีพ 2 คน ร้อยละ 43.7 รองลงมา 3 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ 1 คน ร้อยละ 14.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายที่ต้องรับผิดชอบในครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 44.8 รองลงมา น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 33.3 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 12.6 ซึ่งโดย ส่วนใหญ่ลักษณะการเก็บออมเงินหรือการลงทุน คือ ฝากธนาคาร ร้อยละ 60.9 รองลงมา เก็บออมโดยระบบประกันชีวิต ร้อยละ 20.7 และ เล่นแชร์ ร้อยละ 8.0 และหากเกิดภาวะฉุกเฉินกับครอบครัวแหล่งเงินกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินทางการเงินอย่างเร่งด่วน คือ เงินฝากสะสมจากธนาคาร ร้อยละ 87.4 รองลงมา เล่นแชร์ / ขายหุ้น ขายทรัพย์สินที่มีอยู่ มูลค่าเงินสดของกรมธรรม์ประกันชีวิต เท่ากัน ร้อยละ 3.4 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ 1 กรมธรรม์ ร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ 2 กรมธรรม์ ร้อยละ 28.7 และ 3 กรมธรรม์ ร้อยละ 11.5 ซึ่งรูปแบบของการชำระเบี้ยประกันชีวิตเป็นรายปี ร้อยละ 44.8 รองลงมา รายเดือน ร้อยละ 21.8 และราย 6 เดือน ร้อยละ 17.2 โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีอยู่ว่าเพียงพอแล้ว ร้อยละ 55.2 และยังไม่เพียงพอ ร้อยละ 44.8 และมักจะทราบข้อมูลการทำประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิต ร้อยละ 69.0 รองลงมา เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ร้อยละ 24.1 และ สื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 6.9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

จากการศึกษา ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัดนั้น จะศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ รวมทั้งการศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จำแนกตามระดับรายได้ เพศ อายุ ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มูลค่าเงินสดสูงเมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ อัตราผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบอัตราดอกเบี้ย และ ได้รับเงินต้นและผลตอบแทนคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา ส่วนปัจจัยที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือมีวิธีการคืนเงินให้เลือกหลายรูปแบบ มีแบบประกันสะสมทรัพย์ให้เลือกหลายแบบ ได้รับการจัดอันดับความมั่นคงทางการเงินจากสถาบัน S&P ในระดับ AAA 7 ปี ต่อเนื่องกัน เป็นบริษัทที่ดำเนินงานมายาวนานกว่า 60 ปี ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจนมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ต่างกันตามเพศ โดยพบว่า เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมูลค่าเงินสดสูงเมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ มากเป็นอันดับแรก

ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านอัตราตอบแทนสูงเมื่อเทียบอัตราดอกเบี้ย มูลค่าเงินสดสูงเมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ ได้รับเงินต้นและผลตอบแทนคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา มากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมูลค่าเงินสดสูง เมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ อัตราตอบแทนสูงเมื่อเทียบอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านมูลค่าเงินสดสูง เมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ มากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การสามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้ และปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านอัตราดอกเบี้ยประกันเหมาะสมมากเป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยสูงเมื่อเทียบกับการทำประกันแบบตลอดชีพและแบบมีกำหนดระยะเวลามากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทุกช่วงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ สามารถติดต่อผ่านตัวแทนหรือบริษัทได้หลายรูปแบบ (ตัวแทน สำนักงานขาย CallCenter Internet) สำนักงานสาขาของบริษัทกระจายทั่วไปทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอมากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทุกช่วงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่คอยให้คำแนะนำกับลูกค้า มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าทราบเป็นประจำ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกของรางวัลจากการชิงโชค หรือการสมัครทำประกันใหม่

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านการมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่คอยให้คำแนะนำกับลูกค้า และการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าทราบเป็นประจำมากเป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าทราบเป็นประจำ มากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับการประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าทราบเป็นประจำ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ สำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือมาเป็นอันดับแรก รองมาคืออาคารสำนักงานเป็นระเบียบเรียบร้อย การมีห้องรับรองผู้มาติดต่อรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯ)และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยไว้สำหรับบริการลูกค้า

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดทุกด้านอาคารสำนักงานเป็นระเบียบเรียบร้อย มากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ มากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต้องการ มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือประสบการณ์ความรู้ความสามารถของตัวแทน ความสม่ำเสมอของการให้บริการ และการตรงต่อเวลาของตัวแทน ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีบุคลิกดี น่าเชื่อถือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของตัวแทน และตัวแทนสามารถอธิบายรายละเอียดการประกันชีวิตให้เข้าใจง่าย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านการตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามความต้องการ การตรงต่อเวลาของตัวแทน มากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านการตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามความต้องการ การตรงต่อเวลาของตัวแทน

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามความต้องการ ประสบการณ์ความรู้ความสามารถของตัวแทน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวก รองมาคือการเบิกจ่ายสินไหม (Claim)ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความฉับไวในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การมีบริการชำระเบี้ยประกันโดยหักบัญชีธนาคารผ่านบัตรเครดิตและเคาท์เตอร์เซอร์วิสของธนาคาร ที่ทำงานไปรษณีย์หรือร้านสะดวกซื้อ และสุดท้ายคือการพิจารณาตอบรับคำขอทำประกันชีวิตของลูกค้าใหม่ทำได้รวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดด้านการจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวก มากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวก มากเป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการเบิกจ่ายสินไหม (Claim) ทำได้ง่ายและรวดเร็ว มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากฝากธนาคาร การมีความมั่นคงเมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น และค่าใช้จ่ายในการรักษาตัวในโรงพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสภาวะเศรษฐกิจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากฝากธนาคารมากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากฝากธนาคารมากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากฝากธนาคาร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ อันดับแรกความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว รองมาคือการปลดเปลื้องภาระจำนองให้กับครอบครัวหลังจากผู้เอาประกันเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ และ การปลดเปลื้องภาระจำนองให้กับครอบครัวหลังจากผู้เอาประกันเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าสูงสุด ด้านความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว มากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของ ครอบครัว มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านเทคโนโลยี โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือความสะดวกในการซื้อประกันผ่านทาง Internet ความสะดวกในการชำระเบี้ยประกันทาง Internet

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านเทคโนโลยี ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความสะดวกในการซื้อประกันผ่านทาง Internet มากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความสะดวกในการซื้อประกันผ่านทางอินเตอร์เน็ตมากเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความสะดวกในการซื้อประกันผ่านทางอินเตอร์เน็ต มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกฎหมายข้อกำหนดของภาครัฐ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือการสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้จำนวน 50,000 บาทเป็นอันดับแรก รองมาคือความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับบริษัทประกันในโครงการประกันชีวิตแบบพิเศษซึ่งมีเบี้ยประกันต่ำ และการอนุญาตให้เปิดเสรีอุตสาหกรรมการประกันชีวิตส่งผลให้ประชาชนมีทางเลือกจากบริษัทต่างๆ มากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกฎหมาย ข้อกำหนดของภาครัฐ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านการสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้จำนวน 50,000 บาท มากกว่าด้านอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้มีอายุต่ำกว่า40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้จำนวน 50,000 บาท มากเป็นกันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้จำนวน 50,000 บาท มากกว่าด้านอื่น

<u>ส่วนที่ 3</u> เกี่ยวกับปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่อิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด พบว่ามีปัญหาซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับของปัญหาที่แตกต่างกันไปในแต่ละปัจจัย ซึ่งกล่าวได้โดยสรุปดังนี้

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความล่าช้าของการจ่ายเงินคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา เป็นอันดับแรก รองมาคือ ได้รับมูลค่าเงินสดเมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์น้อยกว่าเบี้ยประกันที่จ่ายไปแล้ว อัตราผลตอบแทนคงที่แม้ว่าจะมีการปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร การเลือกรับเงินคืนหรือสะสมไว้กับบริษัทลูกค้าต้องตัดสินใจเลือก ณ วันที่เริ่มทำสัญญาโดยไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้จนกว่าจะครบกำหนดสัญญา และความยุ่งยากของข้อจำกัดในแต่ละแบบประกันตามลำดับ

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คืออัตราดอกเบี้ยสูงเมื่อเทียบกับการทำประกันแบบตลอดชีพและแบบมีกำหนด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลา(Terms) เป็นอันดับแรก รองมาคือ การผ่อนชำระเบี้ยประกันเป็นรายงวด(เช่น เดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน) ต้องเสียค่าธรรมเนียมเพิ่ม ส่วนปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง คือ ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตยังไม่สะดวก เนื่องจากลูกค้าต้องชำระ ณ สำนักงานสาขา และจำกัดเฉพาะบัตรเครดิตของบริษัทเท่านั้น (AIG Credit Card)

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำในสำนักงานสาขา เป็นอันดับแรก รองมาคือ ความยุ่งยากของ Call Center ที่ต้องมีรหัสเฉพาะบุคคล ซึ่งลูกค้าต้องแสดงความจำนงไปยังบริษัทก่อน ทำให้ปัญหาที่เกิดไม่ได้รับการแก้ไขทันที ส่วนปัจจัยที่พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สำนักงานสาขาส่วนใหญ่เอื้อประโยชน์กับ ตัวแทนมากกว่าเน้นการบริการลูกค้า

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือภาษาและรูปแบบที่ใช้ในการโฆษณาเข้าใจยากเป็นอันดับแรก รองมาคือการไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค ส่วนปัจจัยที่พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ รางวัลการชิงโชคมีน้อยเกินไป และการแจ้งข่าวสารผ่านวารสารของบริษัทให้เฉพาะลูกค้าที่อยู่ในกลุ่ม วีไอพี เท่านั้น (ผู้ที่ชำระเบี้ยประกันตั้งแต่ 250,000 บาทขึ้นไป)

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ สำนักงานสาขามีที่จอดรถไม่เพียงพอและป้ายบอกสถานที่ในอาคารไม่ชัดเจนเป็นอันดับแรก รองมาคือ ไม่มีห้องรับรองผู้มาติดต่อรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร รวมถึงการจัดการในอาคารสำนักงานไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และ ในสำนักงานสาขาขาดอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการสื่อสารความเข้าใจของลูกค้า (เช่น เครื่องฉายวีดีทัศน์ คอมพิวเตอร์บริการข้อมูลอัตโนมัติ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็วเป็นอันดับแรก รองมาคือ การที่ตัวแทนอธิบายผลประโยชน์เงื่อนไขของสัญญาไม่ชัดเจนทำให้เกิดความเข้าใจผิดในภายหลัง ส่วนปัจจัยที่พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ การมีบุคลิกที่ไม่น่าเชื่อถือ การไม่ตรงต่อเวลาของตัวแทน ประสบการณ์ความรู้ความสามารถของตัวแทนที่มีน้อยเกินไป ความสม่ำเสมอของการให้บริการ และการขาดการสร้างสัมพันธภาพที่ดีของตัวแทนก่อนการเสนอขาย

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความล่าช้าและความยุ่งยากของข้อกำหนดในการเบิกจ่ายสินไหมทดแทนเป็นอันดับแรก รองมาคือความล่าช้าในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ระบบการชำระเบี้ยประกันผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสของที่ทำการไปรษณีย์ ร้านสะดวกซื้อหรือ และความล่าช้าของการพิจารณารับประกันลูกค้ารายใหม่

ระดับของปัญหาจำแนกตามปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การสำรองเงินด้วยการออมเงินกับการประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มักประสบกับปัญหาเรื่องอัตราเงินเฟ้อที่จะเกิดขึ้นหลังจากครกำหนดสัญญาเป็นอันดับแรก รองมาคือการปลดเปลื้องภาระจำนองให้กับครอบครัวหลังจากผู้เอาประกันเสียชีวิตหรือทุพพลภาพจากเงินเอาประกันชีวิตไม่สามารถทำได้ในทันทีเนื่องจากมีกระบวนการที่ยุ่งยากซับซ้อน และรายได้หลังเกษียณจากการประกันชีวิตไม่สามารถจ่ายในรูปแบบบำนาญได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับต่าง ๆ แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากสามารถเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสภาวะเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ ปัจจัยด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านบุคคล การตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามความต้องการเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในลูกค้ามากกว่าความต้องการขายได้เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ประสบการณ์ความรู้ความสามารถของตัวแทน ความสม่ำเสมอของการให้บริการ และการตรงต่อเวลา สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของ สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540) ในด้านของการมีความรู้ ความชำนาญของพนักงานเกี่ยวกับการประกันภัยและมีความสะดวกรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านอัตราเบี้ยประกันเหมาะสม เนื่องจากสภาวะอัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดลง ดังนั้นประชาชนจึงออมเงินกับบริษัทประกันซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยรับที่สูงกว่า หากแต่การต้องจ่ายเพิ่มส่วนของเบี้ยประกันความคุ้มครองชีวิตแม้ว่าเป็นการออมแบบสะสม เนื่องจากเป็นการออมเงินกับบริษัทประกันซึ่งบังคับให้จ่ายเบี้ยประกันส่วนนี้ด้วย ดังนั้นจึงเป็นประเด็นการชะลอการตัดสินใจของลูกค้าส่วนใหญ่ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาแบบอิสระของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540)ที่ว่าประชาชนนิยมทำประกันชีวิตในแบบประกันภัยที่มีเบี้ยประกันต่ำและให้ความคุ้มครองสูง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า การจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวก และความสะดวก รวดเร็วของการเบิกจ่ายสินไหม(Cliam) เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่คาดว่าที่จะได้รับความสะดวก รวดเร็วจากการบริการต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของ สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพด้านการให้บริการในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญให้ระดับมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ มูลค่าเงินสดสูง เมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ อัตราผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร และได้รับเงินต้น และผลตอบแทนคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล(2540)ที่ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับอัตราผลตอบแทนจากการทำประกันชีวิต

ปัจจัยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบการฝากธนาคาร มีความมั่นคงเมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น และค่าใช้จ่ายในการรักษาตัวในโรงพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล(2540) ที่ว่าข้อที่ผู้บริโภคมองว่าสำคัญระดับมากที่สุดคือ การทำประกันชีวิตเพื่อความมั่นคงต่อตนเองและครอบครัว เพื่อคุ้มครองและสามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บไข้ได้ป่วย

ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับ คือ การสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้จำนวน 50,000บาท ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับบริษัทประกันชีวิตแบบพิเศษซึ่งมีเบี้ยประกันต่ำ และการอนุญาตให้เปิดเสรีอุตสาหกรรมการประกันชีวิตส่งผลให้ประชาชนมีทางเลือกจากบริษัทต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล(2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมากในการได้รับประโยชน์ทางภาษีโดยการนำเบี้ยประกันชีวิตมาหักลดหย่อนภาษีได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ มีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ สามารถติดต่อผ่านตัวแทนหรือบริษัทได้หลายรูปแบบ และสำนักงานสาขาของบริษัทกระจายทั่วไปทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของราตรี ตั้งจิตรมณีจินดา(2546) ที่พบว่า การมีสถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการติดต่อ เป็นสิ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่คอยให้คำแนะนำกับลูกค้า มีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าทราบเป็นประจำ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของราตรี ตั้งจิตรมณีจินดา (2546) ที่พบว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงกระบวนการที่ทำให้เข้าถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญระดับมาก

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว การปลดเปลื้องภาระจำนองให้กับครอบครัวหลังจากผู้เอาประกันเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ และความห่วงกังวลเรื่องรายได้หลังเกษียนตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล(2540) ที่พบว่าการทำประกันชีวิตเพื่อความมั่นคงของครอบครัวสำคัญระดับมาก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ อาคารสำนักงานเป็นระเบียบเรียบร้อย มีห้องรับรองผู้มาติดต่รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยไว้สำหรับบริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระของราตรี ตั้งจิตรมณีจินดา(2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยในด้านนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางกับความสะดวกในการซื้อและชำระเบี้ยประกันทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายงานการศึกษาใด ๆ เนื่องจากยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีกับการซื้อหรือชำระเบี้ยประกันชีวิตทางอินเตอร์เน็ตอย่างจริงจัง

ข้อค้นพบจากการศึกษา

จากการศึกษาค้นพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model)ประกอบไปด้วย สิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้ และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในส่วนของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ มีอิทธิพลในระดับมาก และมากที่สุด ซึ่งในแต่ละปัจจัยที่แสดงผลออกมานั้นเป็นประเด็นที่บ่งบอกถึงความพิเศษของธุรกิจบริการนี้ที่แตกต่างกับธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งมีการแข่งขันรุนแรงทั้งภายในองค์กรเดียวกันและต่างองค์กร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องของมูลค่าเงินสดสูงเมื่อต้องการเวนคืนกรมธรรม์ อัตราผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ย และได้รับเงินต้น และผลตอบแทนคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายในทุกช่วงอายุ และทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเบี้ยประกันเหมาะสมในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายในทุกช่วงอายุ และทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญกับการมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 40ปีขึ้นไปและผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่30,000บาทขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากกับ การแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้ลูกค้าทราบเป็นประจำมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านการมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือมากกว่าด้านอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ที่มีอายุ ตั้งแต่50ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้าน การตอบสนองแก่ลูกค้าโดยการแก้ปัญหาได้ทันตามต้องการ และการตรงต่อเวลาของตัวแทน

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และผู้ที่มีอายุระหว่าง20-39 ปีให้ความสำคัญกับการจ่ายเงินคืนตามกรมธรรม์รวดเร็วและสะดวกในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ในทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านผลตอบแทนการออมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากการฝากธนาคาร มากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญด้านความต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตจากการจัดสรรกองทุนสำรองรายได้ของครอบครัว ในระดับมาก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงในทุกช่วงอายุ และทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ด้านความสะดวกในการซื้อประกันและการชำระเบี้ยประกันผ่านทางอินเตอร์เน็ต

ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุ 20-29 อายุ30-39ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป รวมถึงผู้มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการสนับสนุนให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้จำนวน 50,000 บาท ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะที่มาจากผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องด้วยปัญหาสภาวะทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากการฝากธนาคารต่ำกว่าผลตอบแทนจากการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตจึงได้เปรียบทางด้านของสินค้ามากกว่าสินค้าทางการเงินอื่น ๆ เพราะมีความเสี่ยงต่ำและให้ผลตอบแทนที่แน่นอน การปรับปรุงพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับภาวะทางเศรษฐกิจ และตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งสำคัญ และยิ่งไปกว่านั้นการจัดกระบวนจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ หรือเมื่อครบกำหนดสัญญาให้สะดวก รวดเร็วจะช่วยให้เป็นธำรงรักษาลูกค้าเดิม และอาจมีโอกาสได้รับลูกค้าใหม่จากการแนะนำของลูกค้าเดิม

2. ด้านราคา การพิจารณาอัตราค่าเบี้ยประกันภัยให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับตลาดได้ ควรจะอยู่ในอัตราที่ไม่สูงกว่าบริษัทอื่นมากนัก ในด้านกลุ่มลูกค้าที่นิยมชำระเบี้ยประกันกันรายงวด เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน ควรมีการปรับลดค่าธรรมเนียมที่ลูกค้าต้องเสียไปทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับที่ว่าการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นการเก็บออมเงินอย่างแท้จริง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การมีพนักงานซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของบริษัทโดยตรงที่มิใช่ตัวแทนขาย ประจำอยู่ ณ สำนักงานสาขาตามจังหวัดใหญ่ ๆ เป็นสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าผู้มาติดต่อ รวมถึงการจัดระบบ Call Center ให้มีส่วนงานที่รับผิดชอบด้านการรับปัญหาร้องทุกข์ และตอบปัญหาเบื้องต้นแก่ลูกค้าโดยที่ไม่ต้องใช้รหัสลับ จะทำให้บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าแต่ละรายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจลูกค้าหรือผู้พบเห็นของบริษัท โดยผ่านทางสื่อ ต่าง ๆ นั้น การเข้าถึงเป็นสิ่งสำคัญ หากการใช้ภาษาสำนวน ที่ซับซ้อนยากแก่การเข้าใจอาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนแตกต่างจากบริษัท จนไม่กล้าที่จะเป็นลูกค้า นอกจากนี้การคืนกำไรให้ลูกค้าด้วยการแจกของรางวัล ย่อมเป็นสิ่งจูงใจให้ซื้อสินค้าเพิ่ม อีกทั้งยังเป็นการช่วยรักษาความภักดีในสินค้าด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในสำนักงานสาขาในต่างจังหวัดส่วนใหญ่มักจัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกเฉพาะตัวแทนขายเท่านั้น ดังนั้นการจัดแผนกลูกค้าสัมพันธ์ที่คอยให้บริการลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับบริษัท หรือมีห้องพักรับรองลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกถึงความอบอุ่น เป็นกันเอง และประทับใจที่มาติดต่อที่บริษัท

6. ด้านบุคคล บริษัทควรจัดให้มีการอบรม พัฒนาความรู้แก่ตัวแทนอยู่เสมอทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับงานประกันชีวิตโดย และในเรื่องที่ใกล้เคียง เช่นความรู้เกี่ยวกับสินค้าทางการเงิน การฝึกอบรมด้านบุคลิกภาพ เป็นต้น

7. ด้านขั้นตอนการให้บริการ เมื่อการทำประกันชีวิตเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงขั้นตอนที่ละเอียด และยุ่งยากได้ แต่สามารถลดบางขั้นตอนลงได้โดยให้ตัวแทนเป็นผู้รับผิดชอบแทน เช่น การขอประวัติการรักษาและสุขภาพจากโรงพยาบาลของลูกค้าในกรณีสมัครทำประกันใหม่ หากตัวแทนดำเนินการเองจะใช้เวลาเพียง 1-2 วัน ซึ่งถ้าเป็นบริษัทดำเนินงานตามขั้นตอนจะใช้เวลาถึง 5 วันทำการ

ข้อจำกัดของการศึกษา

1. ผลการศึกษาแบบอิสระที่ได้ในครั้งนี้ตั้งอยู่บพื้นฐานข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่รวบรวมจากรายชื่อ จากฐานข้อมูลการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2546 ซึ่งในจำนวนนี้มีบางรายที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ในการเก็บข้อมูลจะเก็บจากผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ดังนั้น ส่วนหนึ่งของผลการศึกษานี้จึงมิได้เป็นเป็นส่วนที่มาจากผู้ทำประกันทั้งหมด

2. ในการศึกษาบางเรื่องยังเป็นเรื่องใหม่ และยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษา ดังนั้นจึงมีแต่ข้อมูลที่เป็นบทความ ไม่มีข้อมูลอ้างอิงที่ชัดเจนประกอบ ตัวอย่างเช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่เกี่ยวกับเรื่องการชำระเบี้ยประกันและซื้อประกันชีวิตทางอินเตอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved