

ตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

Determinants of Customer satisfaction and loyalty in Thailand life- insurance

พิศเพียงจันทร์ จิรวัดน์สถิตย์ และลดาวัลย์ ยมจินดา

สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Pisphiangchan jirawatsathit and Ladawan Yomchinda

Email; mutita.jrwst@gmail.com

Master of Business Administration Program in Finance and Banking , Faculty of Business

Administration , Ramkamheang University , Thailand.

* Corresponding Author

บทความ

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพของการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร (2.) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร (3.) เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต (4.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานที่ 1. การรับรู้คุณภาพการบริการจากการทำแบบสอบถามพบว่า มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 4.05 ซึ่งมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการสูงสุดในเรื่องของพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต สูงสุดเท่ากับ 4.13 จากการทดสอบพบว่ามีความสัมพันธ์กับค่าความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในด้านกรรับรู้คุณภาพบริการ = 0.764 การทดสอบสมมติฐานที่ 2. การรับรู้คุณค่า ผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.95 และค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ การประกันชีวิตให้ผลตอบแทนที่ได้มากกว่าการลงทุนอื่นๆ โดยค่าเฉลี่ย = 4.00 จากการทดสอบพบว่า การรับรู้คุณค่ามีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต = 0.704 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังของลูกค้า อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ย = 4.06 และจากแบบสอบถามพบว่าค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือเมื่อเกิดปัญหาที่มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้เสร็จและรวดเร็วและง่าย โดยค่าเฉลี่ย = 4.14 จากการทดสอบพบว่าความคาดหวังมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต = 0.715 การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย = 4.09 อยู่ในเกณฑ์มากและจากแบบสอบถามพบว่า ค่าเบี่ยงประกันชีวิตอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือมีราคาเหมาะสม เท่ากันกับพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเอาใจใส่และกระตือรือร้น โดยค่าเฉลี่ย = 4.20

- ดังนั้น อิทธิพลของปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ($\beta = 0.764$) เนื่องจากถ้าด้านการรับรู้คุณภาพเพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต เพิ่มขึ้น 0.764 หน่วย จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยการรับรู้คุณค่า

ABSTRACT

This research aims (1.) to study personal determinants of customers satisfaction in Thailand life insurance (2.) to study the perceived service quality of Thailand life insurance (3.) to study customers perceived value of Thailand life insurance (4.) to study customers expectation in Thailand life insurance company. The sample group used in the research was 250 people in Bangkok. A Questionnaire was the tool used to collect information and 4 hypotheses testabilities are 1. the service quality is an influence for customer satisfaction, the result of this analysis is 0.714 2.the perceived value is an influence for customer satisfaction. the result of this analysis is 0.704 3. Customer expectation is an influence for customer satisfaction. The result is 0.715 4.what is the most determinants of customers satisfaction in Thailand life insurance, perceived service, perceived value and customers expectation. The result hypothesis testing was perceived value is the most influence to customer satisfaction which is ($\beta= 0.764$). there for, the conclusion that increase the customers satisfaction for Thailand life insurance due to the perceive value factor raise up.

ปัจจุบันการทำประกันถือว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างมาก แต่วัตถุประสงค์ของการทำประกันก็มีหลากหลาย เช่น ออมเงิน ในรูปแบบของประกันชีวิต เพิ่มความมั่งคั่ง, ลดหย่อนภาษี หรือ ประกันเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ดังเช่น ประกันรถยนต์ ประกันอัคคีภัยบ้าน, ประกันสุขภาพ เป็นต้น และในปัจจุบันก็มีให้เลือกหลากหลายบริษัท และหลายช่องทาง ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ที่ซื้อ ซึ่งตัวกำหนดที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจนั้น ได้แก่ 1. การรับรู้คุณภาพของกรมธรรม์ที่มีอยู่ เช่น พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต เสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ มีความเป็นมืออาชีพ แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ,เอาใจใส่ กระจือร้อร้น , ติดต่อได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว เป็นต้น 2. การรับรู้คุณค่าของประกันนั้นๆตรงตามวัตถุประสงค์ก่อนตัดสินใจซื้อ เช่น การซื้อประกันชีวิตเพื่อลดหย่อนภาษี 100,000บาท , การซื้อประกันชีวิตเพื่อคนที่เรารักเป็นการสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้กับครอบครัว เป็นต้น 3. ความคาดหวังต่อบริษัทประกันชีวิตที่มีกรมธรรม์อยู่ เช่น บริษัทติดต่อได้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว รวมไปถึงการดำเนินงานที่รวดเร็ว ทั้งการอนุมัติ , การยกเลิก, การเวนคืน และการเคลม แก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เป็นต้น

“ประกันชีวิต” นิยามว่า คือการชดเชยรายได้ที่มาจากตาย ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงหรือชราภาพ โดยบริษัทประกันชีวิตจะต้องจ่ายเงินตามจำนวนตามที่ตกลงที่ผู้เอาประกันภัยได้ซื้อไว้ หรือผู้รับประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 861 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2564)

ในปัจจุบันมนุษย์เรามีความเสี่ยงหลายอย่างและที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยง หรือ เหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดอันตราย ชีวิต สุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการซื้อประกันชีวิตเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะลดความเสี่ยงทางการเงิน ในเวลาที่เกิดค่าใช้จ่ายยามเจ็บป่วยฉุกเฉิน หรือ เกิดอุบัติเหตุที่จะต้องเข้าโรงพยาบาล ดังนั้นการซื้อประกันชีวิตจึงเกิดการเป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างมาก นอกจากนี้ ประกันชีวิตยังมีประโยชน์ในแง่การออมเงิน โดยการชำระเงินในรูปแบบรายวัน รายเดือน และรายปี สามารถซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางบริษัทประกันชีวิตของประเทศไทย หรือ บริษัทประกันชีวิตต่างชาติ ที่มาจดทะเบียนลงทุนในประเทศไทย

ในส่วนของภาครัฐสนับสนุนให้ประชาชนซื้อประกันชีวิต สามารถสังเกตได้จากรัฐบาลออกมาตรการและนโยบายส่งเสริมการประกันชีวิต ผู้ที่ซื้อประกันชีวิตสามารถให้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด ยกตัวอย่างกรณีบุคคลธรรมดาซื้อประกันสุขภาพ สามารถนำมาหักค่าลดหย่อนเท่าที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท แต่ในกรณีที่ซื้อประกันชีวิตสำหรับกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีกำหนดตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป และเงินฝากที่จ่ายไว้กับธนาคารที่มีกฎหมายกำหนด จะต้องไม่เกิน 100,000 บาท (กรมสรรพากร, 2563) ซึ่งรัฐบาลเล็งเห็นว่าสามารถเป็นแหล่งเงินออมจากภาคครัวเรือนและภาคเศรษฐกิจ อีกทั้งเป็นตัวขับเคลื่อนระบบทางเศรษฐกิจของประเทศ

ประชาชนคนไทยเริ่มมีการเล็งเห็นความสำคัญของการซื้อประกันชีวิตมากขึ้น หลายบริษัทประกันภัยในประเทศไทยมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และรวมไปถึงการออกแบบสุขภาพในรูปแบบใหม่เพื่อให้พอใจต่อผู้บริโภค เช่น การซื้อประกันชีวิตเพื่อครอบคลุมการดูแลรักษา กรณีติดเชื้อหรือเสียชีวิต หรือ จากไวรัส Covid-19 (Kasikomresearch, 2564) ในกรณีศึกษาตัวอย่าง เช่น ปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของ Covid-19 (Coronavirus Disease Starting in 2019) หลายบริษัทประกันชีวิตเสนอ “ประกันโควิด” เป็นอีกช่องทางการเสนอการขายให้กับผู้ซื้อ พิจารณาจากภาพที่ 1.1 โดยรวมสำหรับเบี้ยประกันรวมในประเทศไทยยังคงมีอัตราการเจริญเติบโตอยู่ที่ 3.25% เบี้ยประกันภัยรวมรวมจำนวน 195,544.03 ล้านบาท มีเบี้ยประกันภัยรายใหม่เติบโตอยู่ที่ 10.38% ขณะเดียวกันเบี้ยประกันภัยปีต่ออายุอยู่ที่ 0.63% อย่างไรก็ตามเบี้ยประกันในไตรมาสแรกเติบโตลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนอยู่ที่ 6.35% แต่เบี้ยประกันภัยจ่ายครั้งเดียวเติบโตถึง 41.72% อัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ 81% จากข้อมูลสถิติแห่งชาติพบว่า

การทำประกันชีวิตในคนไทยในปี 2564 ในไตรมาสที่ 2 มีการเจริญเติบโตอยู่ที่ 2.13% (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2564) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนไทยยังมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการทำประกันชีวิต และอีกทั้งบริษัทประกันชีวิตยังนำเสนอประกันที่หลากหลายเหมาะสมกับสถานการณ์ มีการพัฒนาช่องทางการขายเพื่อให้พร้อมบริการต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Question/Problem)

- 1.1.1 เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพของการบริการของบริษัทประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.1.2 เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของการทำประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.1.3 เพื่อศึกษาความคาดหวังของการบริการที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.1.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.1.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพ คุณค่า ความคาดหวังที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจต่อบริษัทประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ในคุณค่าของกรรมธรรม์ที่มีอยู่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

สมมติฐานที่ 3: ความคาดหวังจากการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(Literature Review)

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้จัดทำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยได้ศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านนี้ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาหัวข้อนี้ โดยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1 หลักการ แนวคิด ทฤษฎี แบบจำลองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต

การประกันชีวิต เป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสีย อวัยวะ ทูพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2563)

ประกัน หมายถึงรับรองว่าจะรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น. **ประกันชีวิต** หมายถึงสัญญาว่าจะจ่ายเงิน เมื่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำประกันเสียชีวิต และอาจรวมการประกันอื่น ๆ เพิ่มเติมไว้ด้วย เช่น

การประกันอุบัติเหตุและสูญเสียอวัยวะ การประกันกรณีทุพพลภาพ การประกันสุขภาพ. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต ได้แก่ ผู้รับประกัน ผู้เอาประกัน และผู้รับประโยชน์. ผู้รับประกัน คือผู้ที่ต้องจ่ายเงินทดแทนเป็นจำนวนเงินตามที่สัญญาไว้ให้ผู้รับประโยชน์ หากผู้เอาประกันเสียชีวิตในระยะเวลาของการประกัน ส่วนผู้เอาประกันต้องระบุชื่อผู้รับประโยชน์ไว้ในสัญญาประกันชีวิต หรือกรมธรรม์ประกันชีวิต และต้องจ่ายเบี้ยประกันให้ผู้รับประกันอย่างสม่ำเสมอ การประกันชีวิตในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ บางแบบเป็นเหมือนการลงทุนหรือการสะสมทรัพย์ ซึ่งผู้เอาประกันได้รับเงินปันผลและได้รับเงินที่สะสมคืนเมื่อครบกำหนดการประกันชีวิต (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2555)

ภาพรวมของตลาดประกันชีวิตในปี 2564 ท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัส Covid19 สามารถพิสูจน์ได้ว่าบริษัทประกันชีวิตแห่งไหนที่ความมั่นคงทางการเงิน และเพราะการระบาดของ Covid19 นโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ) มีมาตรการผ่อนคลายเป็นพิเศษและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาคธุรกิจ เช่น การเสนอขายแบบ Digital Face To Face ที่อำนวยความสะดวกให้ทั้งกับลูกค้าและพนักงาน ลดการเจอกัน ลดการสัมผัส ทำให้ทุกธุรกิจเจ็บช้ำกัน และหายไปจากธุรกิจประกัน และการคุ้มครองชีวิตหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน ค่ารักษาพยาบาล และอื่นๆ และแน่นอนการบริการที่ดี และช่องทางการติดต่อที่ง่ายและสะดวก รวดเร็ว พนักงานขายมีความกระตือรือร้น มีความเป็นมืออาชีพ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีกรมธรรม์เดิมกับบริษัทอะไร พอต้องการซื้อประกันใหม่ก็มักจะเลือกใช้ที่เดิม จึงทำให้ผู้วิจัยทำขึ้นเพื่อศึกษาว่าอะไรคือตัวกำหนดที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และพึงพอใจมากขึ้นไปอีก

การประกันชีวิต แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (สำนักงานคณะกรรมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2563) คือ

1. แบบชั่วระยะเวลา คือ การประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองในช่วงระยะเวลาอันจำกัด โดยที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้กับผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาที่กำหนด เช่น 1 ปี 5 ปี 10 ปี หรือ 20 ปี
2. แบบตลอดชีพ คือ การประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ก็จะมีผลบังคับ เนื่องจากผู้ทำประกันชีวิตต้องการให้มีการคุ้มครองต่อเนื่องและยาวนาน
3. แบบสะสมทรัพย์ คือ การประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันให้กับผู้เอาประกันเมื่อมีชีวิตอยู่ตามครบกำหนดสัญญา เป็นการส่วนผสมของประกันชีวิตรูปแบบผสมระหว่างการคุ้มครองชีวิตและออมทรัพย์

4. แบบเงินได้ประจำ คือ การทำประกันชีวิตในรูปแบบจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันทุกเดือนนับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือ มีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้นไป

2.2 กรอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 การรับรู้คุณภาพ

Nguyen et al. (2018) อธิบายความหมายของคุณภาพว่าประกอบไปด้วย 5 มุมมอง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การยอมรับ ความเชื่อมั่น การเอาใจใส่และ สิ่งสัมผัสได้ ได้มีการศึกษาคุณภาพและความพึงพอใจ พบว่า มีความความสัมพันธ์เชิงบวก แต่มีการแนะนำว่า บริษัทประกันชีวิตในเวียดนามควรที่จะพัฒนาคุณภาพเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

จิราพัชร สุทธิ (2563) ศึกษาเหตุผลความจำเป็นและความคุ้มค่าทางการเงินของการทำประกันชีวิตกับธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้พบว่า 95% ในกลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าการทำประกันชีวิต ทำให้มีความคุ้มครองเรื่องชีวิตมากขึ้น ซึ่งส่งผลบวกต่อไปยังคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้

รทร มานูพีรพันธ์ (2556) พบว่าถ้าคุณภาพในการให้บริการของบริษัทประกันชีวิตนั้นไม่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตามการศึกษาของ วันวนัชท์ วงศ์วิรัชจิต (2558) พบว่าการรับรู้คุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า กล่าวคือ การรับรู้ถึงคุณภาพของประกันชีวิตมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า

วันวนัชท์ วงศ์วิรัชจิต (2558) พบว่าคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้และคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้มี อิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการท าประกันชีวิต ดังนั้นควรให้ความส าคัญกับการ น าเสนอข้อมูลการท าประกันชีวิตต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการควรมีประสบการณ์ในการแนะนำ และ ให้ข้อมูล และตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความพร้อมที่จะให้บริการ ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตพร้อม ให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความเต็มใจในการให้บริการ รูปแบบการ ให้บริการมีมาตรฐานและเมื่อมีปัญหาจะได้รับการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ตลอดจนควรมีการอ านวย ความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ

Nguyen et al. (2018) การศึกษาระหว่างการรับรู้คุณภาพและรับรู้คุณค่ามีความสัมพันธ์สอดคล้องในเชิงบวกอย่างมาก

2.2.2 การรับรู้คุณค่า

Nguyen et al. (2018) นิยามคำว่า การรับรู้คุณค่าคือ การประเมินผลทั้งหมดจากของลูกค้านำที่ได้รับจากการใช้บริการ การรับรู้คุณค่าเป็นเครื่องมือวัดตัวหนึ่งสำหรับการสร้างความได้เปรียบจากการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าหลายส่วนใหญ่มองค่างานที่จะได้ผลประโยชน์ดีกว่าเงินที่ซื้อประกันไป ถ้าลูกค้ารู้สึกว่ามันเป็นสิ่งที่คาดไว้ มันก็จะส่งผลกระทบต่อรับรู้คุณค่าของสิ่งนั้น

2.2.3 ความคาดหวังของลูกค้า

รทร มานูพีรพันธ์ (2556) ศึกษาความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำ ประกันชีวิตแบบบำนาญ พบว่าความคาดหวังของลูกค้าและคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้มีค่าความสัมพันธ์เป็น บวก และมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ บริษัทประกันชีวิตที่กลุ่มตัวอย่าง ประเมิน ส่วนใหญ่สามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง กมวุฒิ อัญญธนาร (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าใน การใช้บริการธนาคารออนไลน์ พบว่าปัจจัยความคาดหวังทำให้ทราบว่าการให้ข้อมูลข่าวสาร สร้าง การรับรู้ จนเกิดเป็นความคาดหวังนั้น อาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า โดยตรง แต่อาจส่งผลผ่านปัจจัยคุณภาพ และคุณค่าของการบริการ ดังนั้นการให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการบริการ เช่น ความสะดวกและง่ายในการ โอนเงินภายในหรือต่างธนาคาร การชำระสินค้า หรือบริการ พร้อมทั้งการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งการรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรมต่างๆ โดยมีการแสดงให้เห็นขั้นตอนและผลลัพธ์การดำเนินการที่ชัดเจนจะส่งผลต่อคุณค่า ของการบริการที่ผู้ใช้งานรับรู้ได้

สาลินี ชัยวัฒน์พร (2563) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกการลงทุนการออมของบริษัทประกันชีวิตในกลุ่มคนทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เป็นบวกต่อการรับรู้คุณค่าของการทำประกันชีวิต ซึ่งจากการศึกษาวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของลูกค้าการซื้อประกันชีวิตเพื่อซื้อความคุ้มครองเพื่อเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว อีกทั้งการศึกษานี้พบว่า ผู้ทำกรมธรรม์เพศชายส่วนใหญ่จะทำประกันให้ตนเอง ขณะที่เพศหญิงพบว่าทำประกันให้กับพ่อ แม่ ญาติพี่น้อง

วันนัชท์ วงศ์วิรัชจิต (2558) ศึกษาความพึงพอใจต่อการทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาปัจจัยระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้คุณภาพ กล่าวคือ บริษัทประกันชีวิตที่ลูกค้าส่วนใหญ่ สามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการทำประกันชีวิตจากการคาดหวังของลูกค้า พบว่าการคาดหวังว่าของลูกค้าในการทำประกันชีวิตพบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

2.2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า

Nguyen et al. (2018) ถือเป็นปัจจัยสำคัญของกลยุทธ์ ธุรกิจ และทำหน้าที่เป็นปัจจัยหลักในการทำให้บริษัทการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งระดับของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถประเมินได้ผ่าน การรับรู้ของการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ

Matthias Ruefenacht (2018) ได้ศึกษาหน้าที่ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจและความภักดี สำหรับผู้รับประกัน กล่าวความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งมาก่อนความภักดีของสินค้า ยกตัวอย่างเช่น การศึกษานี้พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกในประเทศสวิตเซอร์แลนด์

วันนัชท์ วงศ์วีระจิต (2558) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากับความภักดีของสินค้า พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ หากลูกค้ามีความพอใจต่อบริษัทประกันชีวิตเดิม ลูกค้าก็จะใช้ต่อ หรือ ภักดีต่อสินค้า โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปบริษัทเจ้าอื่น

2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับ “ตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) และหลังจากรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้ว นำไปวิเคราะห์ผ่าน โปรแกรมสถิติ SPSS เพื่อวิเคราะห์ผลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยนี้เก็บข้อมูลประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และเป็นประชาชนที่ได้ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกันชีวิตในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยทำประกันชีวิต แต่เนื่องด้วยผู้บริโภครุ่นนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ขนาดตัวอย่างคำนวณได้โดยการกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 250 คน โดยมีรายละเอียดของสูตรดังต่อไปนี้

ในงานวิจัยนี้ได้มีเครื่องมือที่รวบรวมข้อมูลมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google form เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเกี่ยวกับผู้มีประกันชีวิตในปัจจุบัน ประกอบไปด้วยผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประกันชีวิต และ บริษัทที่ท่านได้ทำประกันชีวิต

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม กรอกข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ เพื่อนำข้อมูลไปใช้สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 3 ผู้จัดทำวิจัยเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ สำหรับชุดคำถามให้แก่ผู้มีส่วนร่วมตอบคำถาม ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของตราสินค้าในการทำประกันชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย 1) การรับรู้คุณภาพ 2) การรับรู้คุณค่า 3) ความคาดหวังของลูกค้า และ 4) ความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้มาตรวัด 5-Likert Scale ในการวัดระดับความสำคัญ เรียงลำดับจาก 1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2) ไม่เห็นด้วย 3) เห็นด้วยปานกลาง 4) เห็นด้วย 5) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 2 ของการรับรู้คุณภาพการบริการ ต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น การรับรู้คุณค่าต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ความคาดหวังของลูกค้าต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ด้านความพึงพอใจต่อการบริการ

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

ตอนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

ตอนที่ 8 การทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จากจำนวน 250 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 138 คน อายุของพนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการ ต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้อมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริการในระดับมาก โดยพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต สูงที่สุดในกลุ่ม ลำดับถัดมาคือ กระบวนการในการดำเนินการของบริษัทมีความกระฉับและรวดเร็ว พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว พนักงานบริการด้วยความสุภาพ,เอาใจใส่,กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ บริษัทมีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย ง่ายต่อการเข้าถึง พนักงานมีความรู้ความสามารถในการสื่อสาร,สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเข้าใจและตรงตามวัตถุประสงค์ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม การรับรู้คุณค่า โดยพบว่า การรับรู้คุณค่าโดยรวม อยู่ในเกณฑ์มาก ยังพบว่าปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม ที่มีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุดคือ การประกันชีวิตให้ผลตอบแทนกับท่านได้มากกว่าการลงทุนอื่นๆ ซึ่งระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับถัดมาก็คือ ท่านสามารถนำค่าเบี้ยประกันชีวิตของท่านไปลดหย่อนภาษีได้ การทำประกันชีวิตสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้ท่านรวมไปถึงครอบครัวของท่านด้วย การทำประกันชีวิตสร้างสภาพคล่องให้กับครอบครัวของท่าน ระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ด้านความคาดหวังของลูกค้าต่อความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ความคาดหวังของลูกค้า โดยพบว่า ความคาดหวังของลูกค้าโดยรวม อยู่ในเกณฑ์มาก ยังพบว่าปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เมื่อเกิดปัญหามีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็วและง่าย ซึ่งระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับถัดมาก็คือ พนักงานมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสามารถตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น บริษัทมีกระบวนการในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว(การอนุมัติ,การออกกรมธรรม์,การยกเลิกกรมธรรม์,การเวนคืน เป็นต้น) การเข้าถึงบริษัทได้ง่ายเมื่อปัญหา พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการนั้นๆ ระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามด้านความพึงพอใจต่อการบริการ โดยพบว่า ด้านความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวม อยู่ในเกณฑ์มาก ยังพบว่าปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่าเบี้ยประกันชีวิตอยู่ในระดับที่ท่านยอมรับได้หรือมีราคาเหมาะสม และ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เอาใจใส่และกระตือรือร้น ซึ่งระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับถัดมาก็คือ ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทมีความหลากหลายและง่ายต่อการเข้าถึง พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีการสื่อสารที่ดีและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว บริษัท มีกระบวนการดำเนินงานที่กระชับและรวดเร็ว กรมธรรม์ประกันชีวิตให้ผลประโยชน์ที่มากกว่าการลงทุนด้วยวิธีอื่น บริษัทมีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับ ระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพบริการของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพบริการ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต จึงสรุปได้ว่าการรับรู้คุณภาพบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ดังนั้น จึงสามารถอธิบายความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ได้ว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ ที่เพิ่มขึ้น

7. ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

การวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลของปัจจัยความคาดหวัง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต จึงสรุปได้ว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ดังนั้น จึงสามารถอธิบายความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ได้ว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยความคาดหวัง ที่เพิ่มขึ้น

8. ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

การวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้คุณค่า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต จึงสรุปได้ว่า การรับรู้คุณค่า ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ดังนั้น จึงสามารถอธิบายความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ได้ว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยการรับรู้คุณค่า ที่เพิ่มขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการรับรู้คุณภาพบริการของบริษัทประกันชีวิตมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ ที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการของบริษัทประกันอย่างยิ่ง โดยเฉพาะพนักงานจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและทันที รวมถึงกระบวนการในการดำเนินการของบริษัทจะต้องมีความกระฉับและรวดเร็ว เพราะลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อประกันชีวิตหลากหลายเจ้า การที่

บริษัทประกันชีวิตให้บริการล่าช้า อาจจะทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อบริการกับ บริษัทประกันชีวิตอื่นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวานัท วังศ์วิรัชจิต (2558) ที่ศึกษาว่าการรับรู้คุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าต่อการทำประกันชีวิต สรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลบวกไปต่อการรับรู้คุณค่าต่อการทำประกันชีวิต

จากการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยความคาดหวังที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยความคาดหวัง โดยคาดหวังในส่วนของ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นทางบริษัทประกันชีวิต สามารถแก้ไขปัญหาให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็ว และง่าย ไม่ว่าจะเป็กระบวนการในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว การอนุมัติ การออกกรมธรรม์, การยกเลิกกรมธรรม์, การเวนคืน เป็นต้น รวมถึงพนักงานจะต้องมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสามารถตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวานัท วังศ์วิรัชจิต (2558) ศึกษาความพึงพอใจต่อการทำประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาปัจจัยระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้คุณภาพ กล่าวคือ บริษัทประกันชีวิตที่ลูกค้าส่วนใหญ่ สามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการทำประกันชีวิตจากการคาดหวังของลูกค้า พบว่าความคาดหวังมีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจในการทำประกันชีวิต ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการทดสอบสมมติฐานการรับรู้คุณค่าของบริษัทประกันชีวิต มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยการรับรู้คุณค่าที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยการรับรู้คุณค่า โดยคิดเห็นว่าการประกันชีวิตเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน โดยคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนมากกว่าการลงทุนอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถนำค่าเบี้ยประกันชีวิตของท่านไปลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามยังมองว่าการทำประกันชีวิตสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้กับผู้ทำประกันและ ครอบครัวด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี ชัยวัฒนพร (2563) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกการลงทุนการออมของบริษัทประกันชีวิตในกลุ่มคนทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เป็นบวกต่อการรับรู้คุณค่าของการทำประกันชีวิต ซึ่งจากการศึกษาของวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของลูกค้าการซื้อประกันชีวิตเพื่อซื้อความคุ้มครองเพื่อเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว อีกทั้งการศึกษาชุดนี้พบว่า ผู้ทำกรมธรรม์เพศชายส่วนใหญ่จะทำประกันให้ตนเอง ขณะที่เพศหญิงพบว่าทำประกันให้กับพ่อแม่ ญาติพี่น้อง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ ความคาดหวัง การรับรู้คุณค่า ดังนั้น บริษัทประกันชีวิต ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลการทำประกันชีวิตต่อลูกค้าพนักงานที่ให้บริการควรมีประสบการณ์ในการแนะนำและให้ข้อมูล และตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความพร้อมที่จะให้บริการ ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตพร้อมให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตมีความเต็มใจในการให้บริการ รูปแบบการให้บริการมีมาตรฐานและเมื่อมีปัญหาจะได้รับการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ตลอดจนควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ทำการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น และเพื่อนำไปเป็นข้อมูลวิจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะข้อแนะนำดังต่อไปนี้

1. ในการวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาหาปัจจัย คุณภาพการบริการ ความคาดหวัง การรับรู้คุณค่า ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร เป็นหลักเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยนี้ควรได้รับการพัฒนาและคิดต่อยอดเพื่อทดสอบต่อไปอีก เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทประกันชีวิตในกลุ่มตัวอย่างนี้
2. สำหรับการศึกษารื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มุ่งศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น สำหรับในการวิจัยในครั้งต่อไปหรือสำหรับผู้สนใจ สามารถทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ และนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป