

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-test และ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีสถานภาพสมรสแล้ว และได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย 1-3 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท
2. ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยมีการรับรู้ข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด
3. ภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยในภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งด้านความมีชื่อเสียงที่ยาวนาน ด้านความมีมาตรฐานและประสิทธิภาพของการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับ และด้านบทบาททางสังคม ตามลำดับ
4. ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาได้รับใบอนุญาตประกันวินาศภัย และการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงด้านการบริการ โดยมุ่งเน้นในด้านความรวดเร็ว และคุณภาพของงานบริการ และศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจในการรับบริการจากบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

Title of Research Paper : Image of Bangkok Insurance (Public) Company Limited
Perceived by Its Representatives and Brokers

Author : Miss Thanya Suchaya

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2006

The purpose of the study was twofold : (1) to find out the image of Bangkok Insurance (Public) Company Limited as perceived by its representatives and brokers, and (2) to indicate the factors related to their perception of the company's image. The sample of this quantitative research consisted of its representative and brokers. A questionnaire was used as the research instrument. Percentage, mean and standard deviation were employed to describe the data and t-test and F-test to test the hypothesis.

The findings were summarized below :

1) General characteristic of the representatives and brokers. Most of them were males, aged 30-40. They had a Bachelor's degree and were married. They received a license for disaster insurance for 1-3 years and had an average monthly income of 20,000-40,000 baht.

2) The representatives and brokers received news and saw advertising about Bangkok Insurance (Public) Company Ltd. at a moderate level. The channel from which they saw its advertising was television.

3) The representatives and brokers perceived the company's image as good in terms of reputation, standard and service efficiency, trust, and social role, respectively.

4) The factors influencing the perception of the representatives and brokers were age, marital status, average monthly income, number of years after they received a disaster insurance license, and receiving related information from advertising.

Recommendations :

181356

Bangkok Insurance (Public) Company Limited should improve its service in terms of speed and quality. It should conduct further research on advertising media because advertising can affect the company's image while the service quality can affect people's satisfaction.