

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทประกันคุ้มภัย กับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันคุ้มภัย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้นวัตกรรมของผู้เอาประกันภัยบริษัทคุ้มภัย กับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันคุ้มภัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS Version 16.0 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ ค่า F-test โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation Coefficients: r) และการทดสอบความสัมพันธ์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linier Regression)

5.1 สรุปผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย สถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001-25,000 บาท ต่อเดือน และทราบว่าบริษัทประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) นำระบบ GPS มาใช้ในการให้บริการ

5.2 สรุปผลการวิจัยพฤติกรรมของผู้เอาประกันภัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 เป็นรถยนต์ประเภทรถเก๋ง โดยซื้อเพราะต้องการความคุ้มครองที่มากขึ้นกว่าการทำ พ.ร.บ. ประกัน ทราบถึงประโยชน์ในการทำประกันภัยโดยผ่านทางตัวแทน/ นายหน้าประกันภัย ทำประกันภัยโดยผ่านช่องทางตัวแทน / นายหน้าประกันภัย และสาเหตุการทำประกันภัยผ่านช่องทางดังกล่าวเนื่องจากมีความมั่นคงเชื่อถือได้

5.3 สรุปผลการวิจัยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทประกันคุ้มครองภัย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งตามระดับความพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ

5.4 สรุปผลการวิจัยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัท ประกันคุ้มครองภัย จำกัด (มหาชน)

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ การความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการ และพบว่าอยู่ในระดับมาก 8 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ มีส่วนลดค่าเบี้ยประกันประวัติดี เมื่อเกิดอุบัติเหตุ พนักงานสำรวจภัยมาถึงที่เกิดเหตุอย่างรวดเร็ว ให้บริการรับ-ส่ง รถยนต์คันที่ต้องซ่อม ที่เข้าซ่อมมีมาตรฐานและมีความชำนาญในการซ่อมถือประโยชน์ของผู้เอาประกันเป็นหลัก มีความถูกต้องและยุติธรรมในการชดเชยค่าสินไหมทดแทน พนักงานให้คำแนะนำตลอดการใช้บริการ ค่าเบี้ยประกันอยู่ในอัตราที่เหมาะสม

5.5 สรุปผลการวิจัยระดับการรับรู้นวัตกรรมของผู้ใช้บริการของบริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)

เมื่อพิจารณาระดับการรับรู้นวัตกรรมของผู้ใช้บริการโดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ นวัตกรรมอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกๆ ด้านรวม 8 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ เป็นคนคิดเป็นขั้นเป็นตอนในการดำเนินงานจากจุดเริ่มต้น จนถึงผลสำเร็จ เป็นคนที่นำความรู้สึกลงและการกระทำของตนเองมาวิเคราะห์ มักจะชอบอภิปราย ความคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ พยายามหาความหมายของสิ่งที่ท่านไม่ได้ใช้ในชีวิตประจำวัน มักจะสงสัยใน สิ่งต่างๆ ที่จะเชื่อตามกันมา เป็นคนคิดวิธีการที่ได้ผลเร็วที่สุด เป็นคนมีความคิดที่มองต่างมุม มักจะหา คำจำกัดความของสิ่งที่ท่านไม่รู้

ตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน คุณภาพการให้บริการของบริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)</p>	
<p><u>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1</u> ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมไม่มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05</p>	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
<p><u>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2</u> ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไม่มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05</p>	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
<p><u>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3</u> ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
<p><u>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4</u> ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
<p><u>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5</u> ปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจต่อผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

5.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 ท่านพบว่า

5.6.1 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ปัจจัยด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้เอาประกันภัย

5.6.12 ปัจจัยด้านการรับรู้วัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)

อภิปรายผล

ผลที่ได้จากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ การเข้าถึงจิตใจของผู้เอาประกันภัย ซึ่งหมายความว่า การที่บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) มีคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้เอาประกันภัยที่สูง ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงเช่นกัน และ ปัจจัยทางด้าน การรับรู้วัฒนธรรม ไม่มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งหมายความว่า การที่ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้วัฒนธรรมที่มากหรือน้อย เท่าไรก็ตาม ไม่ส่งผลแต่อย่างใด กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

เอกลักษณ์ คະดาษ (2549) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันภัยรถยนต์ประเภทที่หนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการประกันภัยรถยนต์ประเภทที่หนึ่ง ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทำประกันภัยครั้งแรก ร้อยละ 35.8 รองลงมาทำประกันภัยมากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 33.3 ทำประกันภัยเป็นครั้งที่ 2 ร้อยละ 21 และ ทำประกันภัยเป็นครั้งที่ 3 ร้อยละ 10.3 ตามลำดับ และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือ 1. ลดความยุ่งยากเวลาเกิดอุบัติเหตุ 2. บรรเทาความเสียหายเวลาเกิดอุบัติเหตุ 3. ต้องการความคุ้มครองมากกว่าการทำ พ.ร.บ. 4. ถูกบังคับจากบริษัทจัดเข้าซื้อ 5. ประทับใจจากที่เคยใช้บริการมาก่อน 6. เลือกเพราะคำบอกเล่าของคนอื่น 7. เลือกเพราะประชาสัมพันธ์ของบริษัทประกัน สาเหตุในการเลือกช่องทาง พบว่า 1. บริการดี และ

ติดต่อด่วน 2. ความมั่นคงเชื่อถือได้ 3. ได้รับส่วนลดค่าคอมมิชชั่น ฯลฯ ทางด้านปัจจัยด้านคุณภาพ การให้บริการ โดยภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการ ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความน่าเชื่อถือวางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านตอบสนองต่อผู้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง และ ด้านความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ประเภทที่หนึ่ง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พอลใจส่วนลดค่าเบี้ยประกันต่อประวัติที่ดี และ รองลงมา คือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับ บริการ

เซาวรีย์ สโตน (2546) ศึกษาและเปรียบเทียบความหวังและการได้รับบริการของลูกค้า จากบริษัท อีวา ประกันภัย (ไทย) จำกัด ด้านประกันภัยรถยนต์ โดยนำแนวคิดของ SERVQUAL Model (Parasuraman, 1988) ซึ่งประกอบด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ในการ ให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจที่ผู้ ให้บริการที่มีต่อลูกค้า เข้ามาใช้ในงานวิจัย ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการมีคาดหวังใน การบริการด้านความน่าเชื่อถือได้มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้าน ความเข้าใจที่ผู้ให้บริการที่มีต่อลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

เทวัญ วิชิตะกุล (2545) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การทำประกันภัยรถยนต์ที่ส่วนบุคคลภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ อาทิ ประเภท วิธี คำนวณเบี้ยและรูปแบบค่าสินไหมทดแทนประกันภัยแบบต่างๆ ประโยชน์ของการทำประกันภัย รวมถึงโครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันวินาศภัยประเภทรถยนต์ภายในประเทศไทยโดยใช้ดัชนีวัดการ กระจุกตัวของอุตสาหกรรม ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความยากง่ายการเข้าสู่ธุรกิจ และได้ ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการทำประกันรถยนต์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์พบว่า สาเหตุส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างทำประกันภัยรถยนต์คือ ดัดปัญหา เวลาเกิดอุบัติเหตุ และบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งเกณฑ์หรือปัจจัยในการประเมิน ทางเลือกที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลระดับสูง

ได้แก่ การที่ไม่ต้องกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ , ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย , การให้บริการที่ดีเมื่อเกิดอุบัติเหตุ และความสัมพันธ์และบริการที่ดีของตัวแทน

จารุณี ชินะพงศ์ไพศาล (2545) ศึกษางานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้เอาประกันที่มีต่อบริษัทประกันภัย: ศึกษาเฉพาะกรณีการประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริการของบริษัทประกันภัย (2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เอาประกัน ภัยจำแนกตามพฤติกรรมการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริการของบริษัทประกันภัย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านตัวแทน/นายหน้าประกันภัย ด้านเงื่อนไขความคุ้มครอง ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านบริษัทประกันภัย ด้านอัตรา ค่าเบี้ยประกันภัย และด้านคุณภาพการให้บริการด้านสินไหมทดแทน ยกเว้นด้านคุณภาพของคู่ช่อม ด้านนโยบายการเงิน และด้านการประชาสัมพันธ์ที่ผู้เอาประกันภัยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (2) ผู้เอาประกันภัยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของบริษัทประกันภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ยกเว้น ผู้เอาประกันภัยที่มี ระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการของบริษัทประกันภัย ไม่แตกต่างกัน (3) ผู้เอาประกันภัยที่มีพฤติกรรมการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของบริษัทประกันภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ยกเว้น ผู้เอาประกันภัยที่มีสาเหตุที่เลือกช่องทางในการติดต่อเพื่อทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของบริษัทประกันภัยไม่แตกต่างกัน (ประกันภัย)

ประวิทย์ รังสรรควิจิตร (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภค ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ในปัจจุบัน ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ และลักษณะของการ

ประกันภัยรถยนต์ในอนาคตตามความคิดเห็นของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจทำประกันภัย คือ 1. คลายความกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ 2. การให้บริการที่ดี 3. ความน่าเชื่อถือของบริษัท 4. ความสะดวกในการทำประกันภัย 5. ความเหมาะสมระหว่างความคุ้มครองกับเบี้ยประกันภัย และความสัมพันธ์และการบริการที่ดีของตัวแทนและนายหน้า โดยโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการตัดสินใจทำประกันภัย ในส่วนของความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ อยู่ในระดับพอใช้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ทำให้พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้น บริษัท ประกันคุ้มครอง จำกัด (มหาชน) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความสำคัญ ต่อคุณภาพการให้บริการ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. บริษัทประกันคุ้มครอง ควรให้ความสำคัญ ทางด้าน การแนะนำวิธีการใช้บริการที่ถูกต้อง ชัดเจน ด้วยภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ และ พูดยุกับลูกค้าจนแน่ใจว่า ทั้งสองฝ่ายมีการสื่อสาร และ ความเข้าใจที่ตรงกัน
2. บริษัทประกันคุ้มครอง ควรฝึกอบรมให้พนักงานคอยรับฟังปัญหา และวิเคราะห์ของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และให้ข้อมูลที่สามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และ รวดเร็ว
3. บริษัทประกันคุ้มครอง ควรมีบริการรับแจ้งเหตุ 24 ชั่วโมงในกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้ลูกค้า ชุ่นใจ เมื่อใช้บริการและ รู้สึกว่า ได้รับการดูแลที่ดี ตลอดเวลา
4. บริษัทประกันคุ้มครอง มีการจัดทำข้อมูลของลูกค้า เพื่อให้พนักงานสามารถจดจำผู้ที่มาใช้บริการได้ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้า พึงพอใจและรู้สึกถึง ความสำคัญที่บริษัทมอบให้

นอกเหนือจากข้อเสนอแนะข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปศึกษาเพื่อศึกษาอย่างอื่น ดังนี้

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน
2. นำผลข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป

3. นำผลข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เอาประกันภัยมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดงานวิจัย

อุตสาหกรรม ประกันภัยนั้น แตกต่างจาก อุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีกฎหมาย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถยนต์ พ.ศ. 2535 ซึ่งกำหนดให้รถทุกคันต้องจัดให้มี ประกันภัย เป็นข้อบังคับ ดังนั้น ปัจจัยทางด้านคุณภาพ การให้บริการ จึงมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ บริษัท ประกันคุ้มครองภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านของ ความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ เท่านั้น