

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานีครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันชีวิต ที่มีต่อการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี

การดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี ประจำปี 2547 จำนวน 2,404 คน จาก 8 สาขาบริษัท

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดโดยใช้ตารางของเครชชี และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ทั้งนี้สุ่มโดยให้ผู้เอาประกันภัยที่เข้าไปติดต่อทำธุรกรรมในแต่ละสาขาบริษัท เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของสาขาบริษัทนั้น ๆ ซึ่งเป็นผู้เอาประกันภัย จำนวน 332 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต แบบประมาณค่า 5 ระดับ มี 5 ด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ด้านการบริการของบริษัท ด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อธุรกิจประกันชีวิต ด้านความมั่นคงของบริษัท และด้านการพิจารณาจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย มีข้อคำถามด้านละ 6 ข้อ รวมทั้งสิ้น 30 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ผู้จัดการสาขาบริษัทประกันชีวิตใน จังหวัดอุทัยธานี ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง แล้วขอรับกลับคืนด้วยตนเอง ปรากฏว่าได้รับ แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนทั้งสิ้น 332 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

1 ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

1.1 โดยภาพรวมผู้เอาประกันภัยเห็นว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบริการของบริษัท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2 ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 รายการ และมีรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 2 รายการ โดยรายการบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ลูกค้าอย่างเพียงพอต่อเนื่องมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.3 ด้านการบริการของบริษัท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา โดยรายละเอียดพบว่าทุกรายการมีความพึงพอใจระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยรายการตัวแทนของบริษัทให้การดูแลเอาใจใส่/บริการด้วยความเต็มใจมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.4 ด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อธุรกิจประกันชีวิต มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 2 รายการ และมีรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 4 รายการ โดยรายการการประกันชีวิตเป็นการ ออมทรัพย์ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.5 ด้านความมั่นคงของบริษัท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา ในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 รายการ และมีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 รายการ โดยรายการบริษัทมีฐานะการเงินเป็นที่เชื่อถือของ ประชาชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.6 ด้านการพิจารณาจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายการพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 รายการ และมีรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 3 รายการ โดยรายการบริษัทมีแบบฟอร์มที่เข้าใจง่าย และ สะดวกในการกรอกข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2 รูปแบบการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี มีดังนี้

รูปแบบที่ 1 จัดโครงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้กับผู้เอาประกันภัยในพื้นที่รับผิดชอบ

รูปแบบที่ 2 จัดทำแผนตรวจสอบการดำเนินงานของสาขาบริษัท

รูปแบบที่ 3 กำกับ ดูแล เร่งรัดการดำเนินงานของสาขาบริษัทให้ดำเนินการจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย

รูปแบบที่ 4 กำกับดูแล และปรับปรุง พัฒนาการให้บริการของสาขาบริษัท ให้บริการ ผู้เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รูปแบบที่ 5 จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ ทางสถิติ และภาพรวมของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริษัทประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี มีประเด็นที่ควรแก่การอภิปรายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบริษัทประกันชีวิต

1.1 โดยภาพรวมผู้เอาประกันภัย เห็นว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบริการของบริษัทมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ด้านการบริการของบริษัทปัญหามักเกิดจากมีข้อร้องเรียนจากลูกค้าหรือผู้เอาประกันภัยว่า บริษัทมีการจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยน้อยกว่าที่ควรจะเป็น หรือตามที่กำหนดไว้ในสัญญา หรือมีการประวิงการจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือการคืนเบี้ยประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ ทำให้ต้องมีการร้องเรียนขอความเป็นธรรมกับกรมการประกันภัย หรือสำนักงานคุ้มครองผู้เอาประกันภัย เขต หรือสำนักงานประกันภัยจังหวัด เพื่อพิจารณาให้ความเป็นธรรม บางกรณีร้องเรียนเกี่ยวกับวิธีการเสนอขายประกันของบริษัทว่าไม่เสนอข้อมูลตามที่จริง ทำให้ธุรกิจประกันชีวิตขาดความน่าเชื่อถือตามมา นอกจากนี้ยังมีสาเหตุจากการบริหารงานตัวแทนของบริษัทประกันชีวิต ดังนี้

1. บริษัทมักจะปิดความรับผิดชอบบางครั้งเกิดความคิดในทางลบกับประชาชนโดยทั่วไปว่าถ้าบริษัทได้เปรียบ บริษัทก็ยอมรับว่าตัวแทนประกันชีวิตรายนี้เป็นตัวแทนของตน แต่ในทางกลับกันถ้าบริษัทต้องตกอยู่ในฐานะเสียประโยชน์ บริษัทก็จะยกเอาความไม่ถูกต้องสมบูรณ์

แห่งการเป็นตัวแทนมากล่าวอ้าง เช่น บริษัทให้บุคคลดังกล่าวเป็นเพียงตัวแทนในการชี้ชวนให้มีการทำประกันชีวิตเท่านั้น ไม่รวมถึงอำนาจเก็บเบี้ยประกันภัย หรือรับรู้ทราบข้อเท็จจริง เป็นต้น

2. เมื่อเกิดปัญหาการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน และมีปัญหาที่จำเป็นจะต้องออกไปสอบข้อเท็จจริง การออกไปของพนักงานของบริษัทจะเป็นในรูปของการหาช่อง เพื่อปฏิเสธความรับผิดชอบ ซึ่งไม่น่าที่จะเป็นเช่นนี้ เพราะหลักการประกันภัยโดยทั่วไปแล้วยึดหลักสุจริตใจต่อกันอย่างยิ่งอยู่แล้ว ฉะนั้นน่าจะดูที่เจตนาเป็นหลักว่าผู้เอาประกันภัยเขามีเจตนาที่ไม่สุจริตหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสัมฤทธิ์ รัตนคารา (2527) ที่ได้วิจัยเรื่อง กฎหมายกับการประกันชีวิตในประเทศไทย และศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการทำประกันชีวิต พบว่าทั้งผู้ทำประกันชีวิตแล้ว และผู้ไม่ทำประกันชีวิตมีความคิดเห็นค่อนข้างไม่คัดต่อการทำประกันชีวิต

1.2 ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 รายการ และ มีรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 2 รายการ โดยรายการบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ลูกค้าอย่างเพียงพอต่อเนื่องมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้เอาประกันภัยยังไม่ทราบว่า กรมการประกันภัย และบริษัทประกันชีวิตได้จัดทำประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งจัดทำเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตนับเป็นวิธีการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้ประชาชนได้รับทราบอย่างเพียงพอ ช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นของการประกันชีวิตโดยใช้ประโยชน์จากระบบประกันภัยเพิ่มมากขึ้นให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพมีข้อมูลข่าวสารเพียงพอสามารถตอบสนองความต้องการในข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในการประมวลผล วิเคราะห์ วิจัย และใช้ในงานเกี่ยวข้องอื่น ๆ เป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายทางการพัฒนาระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบข้อมูล ตลอดจนสอดคล้องกับโครงการศึกษากรอบและแนวทางปฏิรูประบบการกำกับดูแลธุรกิจประกันภัย เพื่อรองรับการเปิดเสรี และการกำกับดูแลตนเองของอุตสาหกรรมในประเทศไทย ตามโครงการการจัดการทางด้านสารสนเทศและการบริหารข้อมูลภายในองค์กร เพื่อพิจารณาถึงความพร้อมของสารสนเทศเพื่อการบริการและความถูกต้องของข้อมูลที่บริษัทนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิกา สุจิระ และคณะ (2531) วิจัยเรื่องทัศนคติของลูกจ้างของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการประกันชีวิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมความคิดเห็นในด้านการประกันชีวิตและอิทธิพลต่อปัจจัยสำคัญบางอย่างที่มีต่อการประกันชีวิต เช่น อัตราดอกเบี้ย การโฆษณาทางสื่อสารมวลชน พบว่า

คนส่วนใหญ่รู้จักการทำประกันชีวิตยังไม่มากนัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน ควรมีการส่งเสริม และโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักโดยผ่านสื่อ หรือเผยแพร่ความรู้ และ ให้การศึกษาในเรื่องหลักการประกันชีวิต เรียกร้องให้บริษัทร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ของธุรกิจ ให้ดีขึ้น

1.3 ด้านการบริการของบริษัท พบว่า มีความพึงพอใจระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าทุกรายการมีความพึงพอใจระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยรายการตัวแทนของบริษัทให้การดูแลเอาใจใส่/บริการด้วยความเต็มใจ และรวดเร็วมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ตัวแทนประกันชีวิตย่อมต้องให้บริการที่ดีที่สุด แก่ลูกค้าที่เข้าทำประกันชีวิตกับบริษัท แต่ตัวแทนประกันชีวิตขาดความสำนึกรับผิดชอบต่อลูกค้า คือผู้เอาประกันภัย เนื่องจากบทกำหนดโทษที่บัญญัติไว้ไม่เหมาะสม การฝ่าฝืนบทบัญญัติ แห่งกฎหมายเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนประกันชีวิต โทษมีเพียงสถานเดียวคือการสั่งเพิกถอน ใบอนุญาตการเป็นตัวแทนประกันชีวิต ทำให้กฎหมายขาดความน่าเชื่อถือ ด้วยเหตุว่าไม่ว่าจะ กระทำการฝ่าฝืนบทบัญญัติกฎหมายที่มีลักษณะความร้ายแรงแตกต่างกันหรือไม่เพียงใด ก็จะสั่ง เพิกถอนใบอนุญาตเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย อัสวกิจวิรี (2528) ที่ได้วิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย พบว่า ความสนใจของประชาชนไทยที่มีต่อการ ประกันชีวิตยังอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียนโดยเฉลี่ยแล้ว จำนวนกรรมธรรม์ต่อประชากรจะคิดเป็นร้อยละ 2.76 ของจำนวนประชากรทั้งสิ้นเท่านั้น กฎหมาย ที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันยังไม่รัดกุมเท่าที่ควร สำหรับปัญหา ที่บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยต้องประสบอยู่ในปัจจุบันคือประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพราะว่าขาดผู้บริหารที่มีความรู้ ความชำนาญในการบริหารธุรกิจอย่างแท้จริง ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ด้านการตลาดให้ความสำคัญด้านการขายมากกว่าการตลาด ขาดการวิจัย ทางด้านการตลาด คุณภาพของตัวแทนโดยทั่วไปยังไม่อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน และมีปัญหา การออกจากการงานของตัวแทนอยู่ในระดับสูง อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา สุจิระ และคณะ (2531) ได้วิจัยเรื่อง ทักษะคติของลูกจ้างของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ ประกันชีวิต พบว่า รายได้ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทำประกันชีวิตหรือไม่ทำประกันชีวิต มีข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต ประเภทของการประกันชีวิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน และ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่จะเน้นที่ตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด ตัวแทนหรือช่องทาง

ในการจัดจำหน่ายควรพิจารณาคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ในการควบคุม และประเมินผลการทำงาน เพื่อทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการเข้าออก และยังมีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพสุนทรสมัย (2534) วิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิตที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต พฤติกรรมการสื่อสารที่ตัวแทนประกันชีวิตใช้เพื่อโน้มน้าวให้ผู้มุ่งหวังมีความพึงพอใจในตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทำประกันชีวิตในที่สุด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกันของความน่าเชื่อถือพฤติกรรมการสื่อสาร และความพึงพอใจของตัวแทนประกันชีวิต พบว่า ปัญหาที่ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงมากที่สุดคือ การอำนวยความสะดวก และให้บริการแก่ผู้ทำประกันชีวิต ข้อเสนอแนะคือการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยพิจารณาจากบุคลิกภาพเป็นหลัก สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารของตัวแทนควรใช้เทคนิคการฝึกอบรมที่เข้มข้น ควรให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ ศรีกัลยา (2538) วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่คิดว่าตัวแทนขายประกันเพียงพอเพื่อหวังค่าคอมมิชชั่น และทำเป็นงานอดิเรก ขายแล้วไม่มีเวลามาบริการหลังการขาย

1.4 ด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อธุรกิจประกันชีวิต พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 รายการ และมีรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 4 รายการ โดยรายการการประกันชีวิตเป็นการออมทรัพย์ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้เอาประกันภัยยังไม่ทราบว่าธุรกิจประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่มีบทบาทเกื้อหนุนอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และสนับสนุนนโยบายของรัฐ เพราะเป็นสถาบันที่ช่วยสร้างหลักประกันความมั่นคงทางการเงินให้กับบุคคล ครอบครัว ดังนั้น กรมการประกันภัยในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลมีภาระหน้าที่อันสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมสามารถปฏิบัติการระงับข้อพิพาทในการคุ้มครองประชาชนผู้เอาประกันภัยและพัฒนาส่งเสริมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสากล ประชาชนได้ประโยชน์จากระบบประกันภัยเพิ่มมากขึ้นได้รับการบริการที่มีคุณภาพ กรมจึงจัดหาและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการโดยจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายเพื่อรองรับฐานข้อมูลและระบบปฏิบัติการเครือข่ายเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของกรมกับหน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ระหว่างหน่วยงานของกรมในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค การเชื่อมโยงเครือข่ายกับสมาคมประกันชีวิตไทย บริษัทประกันชีวิตทุกบริษัท โดยมีข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอสามารถปกป้อง

สิทธิประโยชน์ของตนเองได้มากขึ้น ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ทศนีย์ ศรีกัลยา (2538) ที่วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำประกันชีวิต ตลอดจนสาเหตุ ที่ผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจทำประกันชีวิต และสาเหตุของใจที่สำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ทำประกันชีวิต และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิต ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้ทำ ประกันชีวิต มีต่อการทำประกันชีวิตส่วนใหญ่คือเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็น หลักประกันให้ครอบครัว ส่วนสาเหตุที่ยังไม่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่คือ ไม่มีเงินเหลือพอจ่าย เบี้ยประกันชีวิต ส่วนความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยทำประกันชีวิตที่มีต่อการทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่คือ เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และเป็นหลักประกันให้ครอบครัว และขัดแย้ง กับงานวิจัยของ แพร์ต และซีคซอร์เซอร์ (Pratt and Zeckhauser, 1996) วิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยีของการประกันภัย พบว่า คนส่วนใหญ่เต็มใจจะจ่ายเบี้ยประกันโดยสมัครทำ ประกันชีวิต เพื่อต้องการได้รับความคุ้มครองปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ และต้องการเพิ่มความมั่นคงให้กับ ชีวิตของตนเอง

1.5 ด้านความมั่นคงของบริษัท พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 รายการ และมี รายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 2 รายการ โดยรายการบริษัทมีฐานะการเงินเป็นที่เชื่อถือ ของประชาชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้เอาประกันภัยยังไม่ทราบว่าพระราชบัญญัติ ประกันชีวิต พ.ศ. 2535 กำหนดให้ทุกบริษัทต้องดำรงเงินกองทุนตลอดเวลาที่ประกอบธุรกิจ ประกันชีวิต เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 2% ของเงินสำรองประกันชีวิต แต่จะต้องไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และบริษัทต้องนำเงินสด พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือทรัพย์สินอื่น จำนวน 25% ของ เงินสำรองประกันชีวิตไปวางไว้กับนายทะเบียนประกันชีวิต กระทรวงพาณิชย์ เพื่อรองรับการ ปฏิบัติตามสัญญาผูกพันทางการเงินที่มีต่อผู้ถือกรมธรรม์ ซึ่งเงินจำนวนนี้จะเป็นเงินที่บริษัท ประกันชีวิตสามารถจ่ายให้แก่ผู้ถือกรมธรรม์ได้ทันทีตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ดังนั้นผู้ถือ กรมธรรม์จึงเป็นที่มั่นใจได้ว่าบริษัทประกันชีวิตทุกแห่งจะมีเงินเพียงพอที่สามารถจ่ายเงิน ผลประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์อย่างแน่นอน

สำหรับการลงทุน บริษัทต้องนำไปลงทุนให้เกิดผลตอบแทนที่มั่นคง เพื่อให้สามารถ จ่ายเป็นผลตอบแทนตามภาระผูกพันตามกรมธรรม์ประเภทต่าง ๆ ของลูกค้า รวมทั้ง ต้องสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การลงทุนที่กรมการประกันภัยกำหนด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ

เพิ่มศักดิ์ รัตนปราชญ์ชัย (2531) ได้วิจัยเรื่อง การลงทุนของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการลงทุน ผลตอบแทน และแนวโน้มของการลงทุนของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย แยกพิจารณาเปรียบเทียบในแต่ละบริษัท โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินและ Simple Regression Model พบว่าในช่วงปี 2522-2530 ธุรกิจประกันชีวิตที่นำเงินมาลงทุนมากที่สุด และได้ผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย รองลงมาคือ บริษัท เอ ไอ เอ และอันดับสามคือบริษัทไทยประกันชีวิต

1.6 ด้านการพิจารณาจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีรายการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 รายการ และรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 3 รายการ โดยรายการบริษัทมีแบบฟอร์มที่เข้าใจง่าย และสะดวกในการกรอกข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เหตุที่ข้อค้นพบเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า แบบฟอร์มต่างๆ ที่บริษัทจัดทำขึ้น เช่น ใบคำขอเอาประกันภัย กรมธรรม์ประกันภัย ซึ่งเป็นเอกสารทางกฎหมาย เป็นสัญญาต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตตามข้อตกลง แต่ยากที่ผู้ถือกรมธรรม์ทุกคนจะอ่าน และเข้าใจสิ่งที่ตนอ่านได้ แต่ผู้เอาประกันภัยทราบดีว่า เอกสาร หรือสัญญาดังกล่าวจะต้องได้รับอนุญาต หรือต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต หรืออธิบดีกรมการประกันภัย เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับ แพร์ต และซิคฮอร์เซอร์ ได้วิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีของการประกันภัยผลการวิจัยพบว่า คนส่วนใหญ่เต็มใจจะจ่ายเบี้ยประกันโดยสมัครทำประกันชีวิต เพื่อต้องการได้รับความคุ้มครองปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ และต้องการเพิ่มความมั่นคงให้กับชีวิตของตนเอง

จากความพึงพอใจน้อยที่สุดที่ค้นพบทั้ง 5 ด้าน นำมาประมวลกำหนดเป็นรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจประกันภัยชีวิต ได้ 5 รูปแบบ มีข้ออภิปราย ดังนี้

รูปแบบที่ 1 จัดโครงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตให้กับผู้เอาประกันภัยในพื้นที่รับผิดชอบ

เหตุที่กำหนดรูปแบบเช่นนี้เพราะว่า ทำให้เกิดประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยดำเนินการดังนี้

1. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตแก่ผู้เอาประกันภัยในจังหวัดอุทัยธานี ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต และขยายผลไปยังประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบต่อไป

2. จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานกระทรวงเดียวกันคือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี สำนักงานการค้าภายในจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดอุทัยธานี และส่วนราชการอื่น ๆ ที่เชิญเข้าร่วมบูรณาการ เพื่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

3. จัดทำข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ข่าวสาร นิตยสาร การคลินิกประกันภัย (ตอบข้อซักถามปัญหาเกี่ยวกับการประกันชีวิต)

4. แจกเอกสารเผยแพร่ ให้ส่วนราชการ และรัฐวิสาหกิจ ขยายผลการประชาสัมพันธ์ทั่วพื้นที่ในจังหวัดอุทัยธานี

นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา สุจิระ และคณะ (2531) ที่ว่า ควรมีการส่งเสริมและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักบริษัทประกันโดยผ่านสื่อ และให้การศึกษาในเรื่องหลักการประกันชีวิต เรียกร้องให้บริษัทประกันร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ของธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

รูปแบบที่ 2 จัดทำแผนตรวจสอบการดำเนินงานของสาขาบริษัท

เหตุที่กำหนดรูปแบบเช่นนี้เพราะว่า เพื่อตรวจสอบฐานะการเงินให้บริษัทมีการจัดทำธุรกรรมทางการเงินถูกต้องครบถ้วน มีความมั่นคงตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การลงรายการบัญชีค่าสินไหมทดแทนค้างจ่ายกับผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์ ทั้งนี้จะเกิดประโยชน์กับผู้เอาประกันภัย และผู้รับประโยชน์ จะได้รับผลตอบแทนตามที่กรมธรรม์กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย อัสวกิจวิรี (2528) ที่ว่า กฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันยังไม่รัดกุมเท่าที่ควร สำหรับปัญหาที่บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยต้องประสบอยู่ในปัจจุบันคือประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพราะว่าขาดผู้บริหารที่มีความรู้ ความชำนาญในการบริหารธุรกิจอย่างแท้จริง

รูปแบบที่ 3 กำกับ ดูแล เร่งรัดการดำเนินงานของสาขาให้ดำเนินการจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย

เหตุที่กำหนดรูปแบบเช่นนี้เพราะว่า เพื่อพิจารณาตรวจสอบเอกสาร หลักฐานตามสัญญา หรือข้อเท็จจริง ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดมีความโปร่งใสจัดระบบรับเรื่องร้องเรียนจากผู้เกี่ยวข้อง หากมีความชัดเจนว่า บริษัทต้องจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยแก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประโยชน์ ก็เร่งรัดให้บริษัทจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อผู้เอาประกันภัยได้ประโยชน์ตามกรมธรรม์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย อัสวกิจวิรี (2528) ที่ว่า กฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันยังไม่รัดกุมเท่าที่ควร

รูปแบบที่ 4 กำกับ ดูแล และปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสาขาบริษัทให้บริการผู้เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จัดระบบควบคุมคุณภาพมาตรฐานของตัวแทนประกันชีวิต และพนักงานของสาขาบริษัทอย่างรัดกุม เพื่อให้การบริการตรงกับสิ่งที่ผู้เอาประกันภัยคาดหวังจากประโยชน์ของการประกันชีวิต

เหตุที่กำหนดรูปแบบเช่นนี้เพราะว่า เพื่อครอบคลุมปัญหาที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการพัฒนาส่งเสริมคุณภาพตัวแทนประกันชีวิต เพื่อเป็นการเพิ่มอัตราการขยายตัวของจำนวนตัวแทนประกันชีวิต โดยการสรรหาตัวแทนคุณภาพมาตรฐานและมีความเป็นมืออาชีพเข้ามาสู่ระบบอย่างต่อเนื่อง และการกำกับดูแล รวมถึงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากตัวแทนประกันชีวิตและพนักงานของบริษัท โดยเน้นเรื่องจรรยาบรรณ และความเป็นมืออาชีพจะเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพของตัวแทนอย่างแท้จริง นอกจากนี้จะเป็นการกำจัดรวมถึงลดข้อร้องเรียนและปัญหาต่าง ๆ จากผู้เอาประกันภัย และผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย อัสวกิจวิรี (2528) ที่ว่า คุณภาพของตัวแทนโดยทั่วไปยังไม่อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน และมีปัญหาการออกจากการงานของตัวแทนอยู่ในระดับสูง และยังสอดคล้องกับพินิตา สุจิระ และคณะ (2531) ที่ว่า ตัวแทนหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายควรพิจารณาคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ในการควบคุมและประเมินผลการทำงาน เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการเข้าออก และสอดคล้องกับวุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2534) ที่ว่า ตัวแทนประกันชีวิตเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญที่สุด ปัญหาที่ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงมากที่สุดคือการอำนวยความสะดวก และให้บริการแก่ผู้ทำประกันชีวิต

รูปแบบที่ 5 จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ ทางสถิติ และภาพรวมของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

เหตุที่กำหนดรูปแบบเช่นนี้เพราะ ต้องการให้ผู้เอาประกันภัย ประชาชนทั่วไปสามารถศึกษาข้อมูลข่าวสารและสาระเกี่ยวกับการประกันชีวิต ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสารของประชาชนสามารถปกป้องสิทธิประโยชน์ของตนเองได้ และเป็นอีกวิธีการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้ประชาชนได้รับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพร์ต และซิคฮอร์เซอร์ ได้วิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีของการประกันภัย ผลการวิจัยพบว่าคนส่วนใหญ่เต็มใจจะจ่ายเบี้ยประกันโดยสมัครใจทำประกันชีวิตเพื่อต้องการได้รับความคุ้มครองปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ และต้องการเพิ่มความมั่นคงให้กับชีวิตของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ภาคเอกชน : บริษัทประกันชีวิต ควรพิจารณาใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการประกันชีวิต เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิผลจะช่วยหล่อหลอมทัศนคติตามแนวทางที่ต้องการได้ โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่าง บุคคลจะช่วยให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมประกันชีวิตได้ดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่าแม้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันชีวิตจะมีใช้อย่างกว้างขวางที่สามารถอธิบายการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ดีที่สุดก็ตาม แต่การเปิดรับข่าวสารมีส่วนสำคัญ อย่างยิ่งในยุคของการสื่อสารเช่นปัจจุบัน ในด้านการจูงใจเพื่อหล่อหลอมทัศนคติ และ เปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบค่อยเป็นค่อยไป อันจะเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่อไป

และเนื่องจากคนที่ทำประกันชีวิตมีจำนวนน้อย และส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการประกันชีวิตอย่างชัดเจน และถ่องแท้ ดังนั้น การสื่อสารที่เหมาะสมสอดคล้องกับ ลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันจะช่วยให้สารเข้าถึงบุคคลได้เป็นอย่างดี และเป็นแนวทางที่จะช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตได้

แม้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ในระดับต่ำ แต่นั่นเป็นเพราะว่านับแต่อดีตบริษัทประกันชีวิตส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทำการสื่อสาร เพราะเรื่องประกันชีวิตนั้นเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก ซับซ้อน ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตควรหันมาให้ความสนใจที่จะทำสื่อสารอย่างชาญฉลาดมากขึ้น โดยอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน และอาศัยช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีลักษณะแตกต่างกัน เช่น การเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ วารสาร กับกลุ่มที่มีความรู้สูง การใช้สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนวิทยุเพื่อให้เกิดการรับรู้ กับกลุ่มคนทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มวัยหนุ่มสาว 21 – 30 ปี แล้วจึงค่อยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร ที่บุคคลในวัยนี้นิยม เป็นต้น

การนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานมาใช้ในการตลาดของธุรกิจทาง การเงิน เช่น การใช้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย ตลอดจนการใช้สื่อตัวแทน ประกันชีวิตได้อย่างสอดคล้องและตอบรับกันอย่างลงตัวเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึงการพัฒนาการ บริการหลังการขาย เช่น การติดต่อโดยตรงจากบริษัทถึงผู้เอาประกันภัยอย่างสม่ำเสมอตามโอกาส ต่าง ๆ การจัดกิจกรรมเพื่อผู้เอาประกันภัยแต่ละกลุ่มตามความเหมาะสม เพื่อให้ผู้เอาประกันภัย

รู้ลึกผูกพันกับบริษัท การดูแลผู้เอาประกันภัยอย่างใกล้ชิดของตัวแทนประกันชีวิต หรือการสร้าง One-stop Shopping ของบริษัท คือ การมีบริการทางการเงินอย่างครบวงจรเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า เป็นต้น

การพัฒนาสื่อบุคคล/ตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ นวัตกรรมมาก โดยพัฒนาให้ตัวแทนประกันชีวิตมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือมากขึ้น มีจรรยาบรรณ มีการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตอย่างต่อเนื่องและลึกซึ้ง ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับการเงินอื่น ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประกันชีวิต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับสาร คล้อยตามง่ายขึ้น เมื่อเห็นว่าผู้ที่ตนสื่อสารด้วยมีความน่าเชื่อถือ

2. ภาครัฐ กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ควรจะมีการสนับสนุนให้ประชาชน เล็งเห็นความจำเป็น คุณค่าของการประกันชีวิต และเกิดความต้องการในการทำประกันชีวิต ด้วยตนเองโดยเลือกที่จะทำประกันชีวิตที่เหมาะสมกับความต้องการและความจำเป็นของแต่ละคน

3. ภาครัฐ และภาคเอกชน ควรจะมีการศึกษาว่าสาเหตุใดคนไทยจึงทำประกันชีวิตกัน จำนวนน้อย เพื่อทำความเข้าใจในเหตุผลแท้จริงของผู้ที่ไม่ทำประกันชีวิต และหาแนวทาง ที่เหมาะสมในการเข้าถึงคนกลุ่มใหญ่เหล่านั้น เนื่องจากในการศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษารูปแบบ การส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตในจังหวัดอุทัยธานี เท่านั้น หากมีการศึกษามุมมองอื่นที่แตกต่างกัน ไปเพื่อให้เข้าใจถึงการตัดสินใจทำประกันชีวิตได้ลึกซึ้งขึ้น เช่น การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร การตลาดของบริษัทประกันชีวิต หรือคุณลักษณะของสินค้าและบริการด้านประกันชีวิต หรือการ ศึกษาด้านการใช้สื่อบุคคล/ตัวแทนประกันชีวิตในการเผยแพร่ นวัตกรรมประกันชีวิตเพิ่มเติม น่าจะ ช่วยปรับปรุงมาตรฐานของการประกันชีวิตให้ดีขึ้นได้

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เอาประกันภัยด้านการบริการของบริษัท น้อยที่สุด ดังนั้นน่าจะมีการศึกษาในเรื่องด้านการบริการของบริษัทประกันชีวิตให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง หรือหล่อหลอมความพึงพอใจต่อการประกันชีวิตอย่างจริงจังต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สามารถศึกษาตามความแตกต่างของผู้เอาประกันภัย ทางด้านประชากร อันอาจส่งผลต่อเทคนิค หรือวิธีการสื่อสารในการเสนอขายประกันชีวิต ที่แตกต่างกัน

2. การศึกษาตัวแปรที่อาจเข้ามาเกี่ยวข้องในอนาคต เช่น อัตราดอกเบี้ย แบบประกันใหม่ ๆ ที่เน้นในเชิงการลงทุน ซึ่งอาจทำให้มุมมองต่อการทำประกันชีวิต และวัตถุประสงค์ในการทำประกันชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป

3. การศึกษาภาษาในการสื่อสารที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เอาประกันภัย

4. ศึกษาตัวแทนประกันชีวิต โดยการส่งเสริมให้ตัวแทนมีจรรยาบรรณต่อผู้เอาประกันภัย ด้วยการดูแลเอาใจใส่ในหน้าที่บริการให้ผู้ถือกรมธรรม์ หรือผู้เอาประกันภัยเกิดความพึงพอใจ

5. ด้านสินค้า หรือแบบประกันที่นำเสนอต่อผู้เอาประกันภัย บริษัทประกันชีวิตควรพัฒนาแบบประกันชีวิตให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจสังคม โดยกำหนดรูปแบบการประกันชีวิตที่เหมาะสมกับครอบครัวของคนไทยในปัจจุบัน

6. ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจประกันชีวิตที่ระดับนานาชาติใช้เป็นหลักปฏิบัติ