

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์ในย่านธุรกิจในกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุโดยเฉลี่ย 30 - 39 ปี สถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัท ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ธนาคารที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทบัญชีออมทรัพย์มากที่สุด บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือ บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล เอชวีวีเอ็นส์ จำกัด และบริษัทประกันวินาศภัยที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ บริษัทวิริยะประกันภัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านธนาคารของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ขายประกันภัย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าต่ำสุดคือ มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ อัตราค่าเบี้ยประกันภัยเหมาะสม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีค่าต่ำสุด คือ สามารถชำระเงินโดยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุด คือสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย แผ่นพับ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุด คือ การเสนอขายทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การเรียกร้องคำสินไหมทดแทนสะดวกและรวดเร็ว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุด คือ มีจำนวนพนักงานมากพอในการให้บริการขายประกันภัย

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประกันภัย และมีความสะดวกรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุด พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลสูงสุด คือมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นโทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ