

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดกับการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย 3 ประเภท ได้แก่ การประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยอัคคีภัย และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด โดยใช้ข้อมูลการประกันวินาศภัย ณ เดือนมกราคม – มิถุนายน 2555 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้ การคำนวณของ Yamane รวมเป็น 600 คน การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) และวิเคราะห์โดยใช้การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ ตามลำดับ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้บริการประกันวินาศภัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดกับการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ คือ ความมั่นคงและมีชื่อเสียงของบริษัท การชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามข้อตกลงในสัญญา การกำหนดเบี้ยประกันและบริการที่ยุติธรรม พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์และ

ไว้ใจได้ พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และการจัดส่งพนักงานตรงตามกำหนดเวลานัดหมาย

ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับ คือ การชดเชยค่าสินไหมทดแทนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ระยะเวลาในการดำเนินการต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนในการบริการมีความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า มีช่องทางการติดต่อกับบริษัทตลอด 24 ชั่วโมง การแก้ปัญหาและให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างรวดเร็ว การจ่ายเบี้ยประกันเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น จ่ายผ่านธนาคารทุกธนาคาร หรือเคาเตอร์เซอร์วิสได้ เบี้ยประกันไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่อาจได้รับ และพนักงานมีความคล่องแคล่วในการให้บริการ พนักงานสามารถให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ได้รับการเตือนต่ออายุกรมธรรม์อย่างสม่ำเสมอเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ความหลากหลายและทันสมัยของผลิตภัณฑ์ และมีทางเลือกในการชำระเบี้ยประกันหลายวิธี เช่นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ตามลำดับคือ พนักงานใช้ถ้อยคำและพูดจาด้วยความสุภาพ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการ พนักงานให้ความรู้และรายละเอียดก่อนการทำประกันเป็นอย่างดี ให้ความสนใจและความสำคัญต่อลูกค้าแต่ละราย เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดกับลูกค้าเดิมที่เคยทำประกันวินาศภัยกับบริษัท การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานของบริษัทประกันภัยออกไปแนะนำข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ด้านการรับประกัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับ คือ การรักษาความลับของลูกค้า การบริการและดูแลหลังการขายผลิตภัณฑ์ การรู้สึกลดดอกเบี้ยในความคุ้มครองหรือในการรับบริการของบริษัท ค่าเบี้ยประกันมีความเป็นมาตรฐานและสอดคล้องตามคปก. กำหนด การมีมารยาทและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ การจ่ายผลตอบแทนคุ้มครอง มีความเป็นธรรม และชัดเจน ส่งพนักงานมาทดแทนเมื่อพนักงานไม่มาปฏิบัติงาน และค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม

ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ มีจำนวนสาขาที่เพียงพอในการบริการ ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ให้บริการ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ สถานที่ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม จำนวนที่นั่งมีเพียงพอขณะรอรับบริการ มาตรฐานของเอกสารหรือแบบฟอร์ม

ที่ใช้ในการติดต่อ การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและถูกกาลเทศะ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ บริษัทของพนักงาน และมีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ

1.3 ปัจจัยกำหนดมูลค่าการให้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคการบริการประกันภัยรถยนต์ส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ผู้บริโภคการบริการประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และผู้บริโภคการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ดต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท โดยปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านต่างๆที่เกี่ยวกับความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การรับประกัน ภาพลักษณ์ของการบริการ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยรถยนต์ ของผู้บริโภค

จากทดสอบพบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยรถยนต์ ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวในสมการไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยรถยนต์ ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน

จากทดสอบพบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และจำนวนสมาชิกในครอบครัวในสมการไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน

จากทดสอบพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ส่วนเพศ

อายุ ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวในสมการไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ของผู้บริโภครายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

จากทดสอบพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อค่าเบี้ยประกันการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ และโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านภาพลักษณ์ของการบริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน เพศ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อประกันภัยของกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

1. ผู้บริโภคมีความต้องการของทางด้านประกันภัยมากขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากผู้บริโภคมีการใช้ประกันภัยที่มากขึ้น และยังมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยเรื่องราคายังเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัย

2. การบริหารจัดการ ไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและชัดเจนเท่าที่ควร

3. เครือข่าย กิจการประกันวินาศภัยมักจำหน่ายกรมธรรม์ผ่านเครือข่ายที่เป็นบริษัทนายหน้าประกันภัย แต่พบว่าในภาวะที่การแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทตัวแทนมีการย้ายไปร่วมมือกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

4. ปัญหาการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันที่ไม่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาหรือปรับตัวให้มีประสิทธิภาพในธุรกิจประกันชีวิต

2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง การรับประกัน ภาพลักษณ์ของการบริการ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะว่า การปรับโครงสร้างในการรับประกันวินาศภัย เพื่อลดความเสี่ยงลง ซึ่งจากการศึกษาการประกันภัยรถยนต์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครในสัดส่วนที่สูง การลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันวินาศภัยซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่าจะทำให้สาขาหรือบริษัทมีผลประกอบการที่ดีขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่น การสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ในการให้บริการ เนื่องจากบริษัทประกันวินาศภัยมักถูกมองว่า เมื่อผู้เอาประกันขอให้จ่ายค่าสินไหมทดแทนตามกรมธรรม์ บริษัทประกันวินาศภัยมักจะมีข้อโต้แย้ง เพื่อไม่ให้บริษัทต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทน หรือเป็นการประวิงเวลาการจ่ายเงินออกไป หากสร้างภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นธรรมต่อผู้เอาประกันจะเป็นการสร้างที่น่าเชื่อถือให้กับประชาชนและสามารถขยายธุรกิจได้อย่างมั่นคง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ซึ่งมีรูปแบบมากมาย ประชาชนหรือนักธุรกิจทั่วไปไม่ทราบว่าสามารถทำประกันเพื่อลดความเสี่ยงได้ เช่นการประกันกระจก การประกันภัยป้ายโฆษณา การประกันภัยสำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง การประกันภัยเครื่องจักร เป็นต้น

การเอาใจใส่ลูกค้า ด้วยการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกค้า ให้ตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นของการประกันวินาศภัย โดยใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ เช่น เอกสารเผยแพร่ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และผลักดันให้มีการเพิ่มเนื้อหาวิชาการประกันภัยในหลักสูตรการศึกษาในทุกระดับให้มากขึ้น การรักษาความลับของลูกค้า และการบริการและดูแลหลังการขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้บริษัทมีศักยภาพในการดำเนินการและการแข่งขัน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังเป็นการสร้างความมั่นใจเชื่อถือให้กับลูกค้า

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของปณิธิ พัฒนพงศ์ศิริกุล (2550) ได้ทำการศึกษาธุรกิจประกันวินาศภัยสมัยใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการตลาดและการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยสมัยใหม่ โดยนำข้อมูลทฤษฎีภูมิที่เกี่ยวกับธุรกิจประกันวินาศภัยมาใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา ทำการวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยที่มีชื่อเสียงด้วยการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด การแข่งขันทางธุรกิจ ส่วนผสมทางการตลาด วิเคราะห์ฐานะทางการเงินของผู้ประกอบธุรกิจประกันภัย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด การเข้าสู่ตลาดทำได้ง่าย ผลผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนกันได้ส่งผลให้มีการแข่งขันสูง การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (1) ผลผลิตภัณฑ์มีการพัฒนา เพื่อตอบสนองความพอใจของผู้เอาประกันและให้ตรงกับเป้าหมาย (2) ช่องทางการจัดจำหน่าย อาศัยตัวแทน นายหน้า เพื่อเข้าถึงตัวผู้เอาประกันและสามารถนำเสนออัตราค่าเบี้ยประกันให้ตรงกับความต้องการของผู้เอาประกัน (3) การส่งเสริมการตลาด เน้นการโฆษณา เพื่อตอกย้ำถึงการบริการที่ดี (4) ด้านราคา ได้ปรับอัตราเบี้ยประกันให้เหมาะสมกับผู้เอาประกัน เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม เพิ่มปริมาณลูกค้าใหม่ รักษาส่วนครองตลาดให้ได้มากที่สุด และการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยพบว่า (1) อุปสรรคของกลุ่มแข่งรายใหม่มีเข้ามาในตลาดสูง เพราะต้นทุนการลงทุนสูง (2) อำนาจการต่อรองของปัจจัยการผลิตสูง เนื่องจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือได้รับการอบรมยังมีจำนวนไม่มากนัก จึงเป็นที่ต้องการสูง ทั้งผลตอบแทนที่จะได้รับเป็นเครื่องบ่งชี้ขีดความสามารถของตัวแทนและนายหน้าประกันภัย (3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง เพราะตลาดประกันภัยมีผู้ประกอบการสินค้าจำนวนมากและสินค้าไม่แตกต่างกันมาก (4) ผลผลิตภัณฑ์ทดแทน สามารถหาซื้อได้ง่าย (5) การแข่งขันระหว่างธุรกิจประกันวินาศภัยค่อนข้างรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการต่างประเทศที่ต้องการลงทุนในประเทศไทย แนวโน้มมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง

และงานวิจัยของศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ (2530) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงเหตุจูงใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า เหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ ต้องการความปลอดภัยสำหรับตัวเองและครอบครัว โดยกลุ่มตัวอย่างทำประกันจากตัวแทนประกันชีวิตมีสถานภาพการสมรส ส่วนใหญ่เป็น โสด และเป็นญาติพี่น้องของตัวแทน แต่ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่แต่งงานแล้วจะยกเลิกกรมธรรม์สาเหตุที่ยกเลิกการทำประกันชีวิต คือ การชำระเบี้ยประกันเป็นภาระที่หนักเกินไป สาเหตุที่ผู้บริโภคยังไม่คิดที่จะทำประกันชีวิตคือ ยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตัวเองและครอบครัว สถานภาพการสมรส รายได้ อายุของผู้บริโภคที่ไม่ได้ทำประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ยังไม่คิดทำประกันชีวิต ส่วนอาชีพนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผู้บริโภค

เสนอแนะให้ตัวแทนทำงานเต็มเวลา มีความจริงจัง อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิดข้อเท็จจริงและให้บริการสม่ำเสมอ ลดอัตราเบี้ยประกันให้ถูกลงกว่าเดิม ปรับปรุงการบริหารงานทั้งภายในภายนอก เช่น การปรับปรุงค่าสินไหมทดแทน เป็นต้น

2. ปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยรถยนต์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะถ้าผู้บริโภคมีการบริการประกันภัยรถยนต์มากขึ้น จะมีความภักดีในการทำประกันภัยรถยนต์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทางประกันรถยนต์นำเสนอรูปแบบการให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคเป็นอย่างดี ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกเป็นเชิงบวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวาทีนิ วังสุนทร จักรส (2549) ได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อประกันต่อการซื้อรูปแบบประกันภัยโรคร้ายแรง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกันภัย และศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการจากบริษัทประกันกับการซื้อประกันโรคร้ายแรงของผู้ซื้อประกัน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อประกันภัยซึ่งพิจารณาจากจำนวนทุนประกันภัยจะมีความแตกต่างกันเมื่อผู้ซื้อประกันมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ และปัจจัยทั่วไปของผู้ซื้อประกันมีความแตกต่างกัน ส่วนอาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยรถยนต์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากอาชีพก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญและมีบทบาทที่ทำให้ทัศนคติของผู้ใช้บริการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหากเกิดทัศนคติที่ดีก็จะทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำและ บอกต่อก่อให้เกิดเป็นความภักดีในการบริการของผู้ใช้บริการต่อไปอย่างแน่นอน อย่างถูกต้อง เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจ ประทับใจเพื่อนำไปสู่ความภักดีในการใช้บริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัณชัต กิตติไพศาลกุล (2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดต่อกับบริษัทประกันภัยโดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากการแนะนำของเพื่อน บุคคลที่รู้จักและญาติเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งประเภท 1 และประเภท 3 พบว่า อัตราค่าเบี้ยประกัน ความคุ้มครอง และการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพลังค์ของผู้ทำประกันภัยในการที่จะโอนภาระความเสี่ยงให้แก่บริษัทประกันภัยตามความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันจากรายได้ของแต่ละบุคคล

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยอัคคีภัย ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วน เพศ กับอายุมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยอัคคีภัย ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชัต กิตติไพศาลกุล (2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกทำประกันภัยแต่ละประเภทขึ้นอยู่กับรายได้และความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า การประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดต่อกับบริษัทประกันภัยโดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากการแนะนำของเพื่อน บุคคลที่รู้จักและญาติเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการทำประกันรถยนต์ภาคสมัครใจทั้งประเภท 1 และประเภท 3 พบว่า อัตราค่าเบี้ยประกัน ความคุ้มครอง และการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้ทำประกันภัยในการที่จะโอนภาระความเสี่ยงให้แก่บริษัทประกันภัยตามความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันจากรายได้ของแต่ละบุคคล และงานวิจัยของปรีชญา แซ่ปึง (2547) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มประกันวินาศภัยในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการทำประกันวินาศภัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จำนวนสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ จำนวนบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปริมาณรถที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกรมธรรม์ประกันภัยทางทะเลและการขนส่งในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมูลค่าการนำเข้าสินค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุมีผลต่อมูลค่าของเบี้ยประกันภัยที่จ่ายต่อปีของการบริการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์พิตร ตรงดี (2543) ได้ทำการศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประกันภัยอัคคีภัย ส่วนการประกันภัยเบ็ดเตล็ด สุขภาพ และการประกันสินค้าทางทะเลยังมีบทบาทไม่มากนัก ภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรซึ่งค่อนข้างขาดแคลน

เนื่องจากพนักงานมีการย้ายบริษัทค่อนข้างมากด้วยแรงจูงใจทางด้านรายได้ และตำแหน่งที่แต่ละบริษัทต่างเสนอให้กับบุคลากรที่มีความสามารถ แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่นซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่า การรักษาจริยบรรณของผู้บริหารและความซื่อสัตย์ของพนักงาน การพัฒนาบุคลากรต่างจังหวัด ให้มีความรู้ความสามารถ การออกกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่สามารถติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทประกันวินาศภัยได้ การสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อายุแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ และโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านภาพลักษณ์ของการบริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประกันวินาศภัย ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชัย เลิศอนันต์ตระกูล (2542) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิต และตัวแทนประกันชีวิต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความมั่นคงต่อตัวเองและครอบครัว ความคุ้มครองและค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บไข้มากกว่าด้านอื่นๆ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบริษัทประกันชีวิต พบว่าปัจจัยด้านความมั่นคงของกิจการและความสะดวกในการติดต่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวแทนประกันชีวิตพบว่า ปัจจัยด้านความมีน้ำใจและสุภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัญหาในการประกันชีวิต พบว่า การเรียกร้องสินไหมยากและล่าช้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด

4. ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้บริการประกันวินาศภัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการทางด้านประกันภัยมากขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากผู้บริโภคมีการใช้ประกันภัยที่มากขึ้น และยังมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยเรื่องราคายังเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัย การบริหารจัดการ ไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและชัดเจนเท่าที่ควร เครือข่าย กิจการประกันวินาศภัยมักจำหน่ายกรมธรรม์ผ่านเครือข่ายที่เป็นบริษัทนายหน้าประกันภัย แต่พบว่าในภาวะที่การแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทตัวแทนมีการย้ายไปร่วมมือกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ปัญหาการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันที่ไม่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาหรือปรับตัวให้มีประสิทธิภาพในธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์พิตร ตรงดี (2543) ได้ทำการศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันวินาศภัยในจังหวัดเชียงใหม่ การประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ ส่วนการประกันภัยเบ็ดเตล็ด สุขภาพ และการประกันสินค้าทางทะเลยังมีบทบาทไม่มากนัก ภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากร ซึ่งค่อนข้างขาดแคลน เนื่องจากพนักงานมีการย้ายบริษัทค่อนข้างมากด้วยแรงจูงใจทางด้านรายได้ และตำแหน่งที่แต่ละบริษัทต่างเสนอให้กับบุคลากรที่มีความสามารถ แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยจะต้องลดสัดส่วนการประกันภัยรถยนต์และเพิ่มสัดส่วนการประกันภัยประเภทอื่น ซึ่งมีความเสี่ยงน้อยกว่า การรักษาจริยบรรณของผู้บริหารและความซื่อสัตย์ของพนักงาน การพัฒนาบุคลากรต่างจังหวัดให้มีความรู้ความสามารถ การออกกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่สามารถติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทประกันวินาศภัยได้ การสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น และงานวิจัยของพรพัฒน์ วัฒนานุกูล (2539) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้เอาประกันที่มีกรมธรรม์มากกว่าหนึ่งกรมธรรม์ โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการออมในรูปแบบของการถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิต โดยวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการซื้อกรมธรรม์เพิ่ม และวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อตลาดประกันชีวิต โดยอาศัยแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภคผลการศึกษา พฤติกรรมของผู้เอาประกันสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ประกอบไปด้วย สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลอย่างสูงต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้เอาประกัน ลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้เอาประกันในการซื้อกรมธรรม์เพิ่ม นอกจากนี้ผู้เอาประกันได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรจะมีการปรับปรุงค่าเบี้ยประกัน และคุณภาพตัวแทนขายประกันชีวิตให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับแผนการประกัน กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยกำหนดในการเลือกใช้บริการประวินาศภัย มีข้อเสนอแนะ ควรเน้นและปรับปรุงในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรเน้นเรื่องดังนี้ การกำหนดเบี้ยประกันภัยและบริการที่ยุติธรรม พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้ พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และการจัดส่งพนักงานตรงตามกำหนดเวลานัดหมาย

2. ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ควรเน้นเรื่องดังนี้ พนักงานสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ได้รับการเตือนต่ออายุกรมธรรม์อย่างสม่ำเสมอเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ความหลากหลายและทันสมัยของผลิตภัณฑ์ และมีทางเลือกในการชำระเบี้ยประกันหลายวิธี เช่นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี

3. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ควรเน้นเรื่องดังนี้ พนักงานของบริษัทประกันภัยออกไปแนะนำข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

4. ด้านการรับประกัน ควรเน้นเรื่องดังนี้ การมีมารยาทและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ มีการจ่ายผลตอบแทนค้ำประกัน มีความเป็นธรรม และชัดเจน ส่งพนักงานมาทดแทนเมื่อพนักงานไม่มาปฏิบัติงาน และค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บมีความเหมาะสม

5. ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ ควรเน้นเรื่องดังนี้ มาตรฐานของเอกสารหรือแบบฟอร์มที่ใช้ในการติดต่อ การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและถูกกาลเทศะ การปฏิบัติตามกฎระเบียบบริษัทของพนักงาน และมีป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทประกันภัย

บริษัทประกันภัยในฐานะผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาตัวเองและสร้างการเตรียมพร้อมในเรื่องต่างๆ ดังนี้ คือ

1. การเสริมสร้างศรัทธาของประชาชน การเสริมสร้างศรัทธาของประชาชนเป็นหัวใจสำคัญมากประการหนึ่ง ซึ่งบริษัทควรสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธา โดยเฉพาะหากคนไทยมีความเป็นชาตินิยม ไม่ว่าการเปิดตลาดจะเสรีเพียงใด จะมีต่างชาติเข้ามาประกอบการมากแค่ไหน คนไทยก็ยังคงซื้อสินค้าไทยหรือใช้บริการของคนไทย ดังเช่นตัวอย่างใน

บางประเทศที่เห็นแล้วว่าแม้จะถูกบังคับให้เปิดเสรีแต่หากชนในชาติมีความเป็นชาตินิยม ผู้ประกอบการต่างชาติก็ไม่สามารถเข้ามายึดครองตลาดได้ ธุรกิจประกันภัยไทยก็เช่นเดียวกัน แต่การที่จะให้คนไทยมีชาตินิยมก็ต้องเกิดจากความเชื่อถือศรัทธาที่ผู้ประกอบการจะสร้างขึ้นจนทำให้เขาเกิดความพอใจ คิดใจ และไม่คิดเปลี่ยนใจไปทดลองของอื่นๆ ธุรกิจประกันภัยนั้นเป็นที่ทราบดีแล้วว่ามีประโยชน์ โดยเฉพาะมีโอกาสได้ช่วยเหลือคนในยามที่เขาเดือดร้อน ฉะนั้นในขณะที่คนได้รับความสูญเสียทางการเงิน หากธุรกิจประกันภัยจะรีบเข้าไปบรรเทาความเดือดร้อน และมีความทุกข์ใจหรือเสียใจในการสูญเสียบางอย่าง และหากบริษัทประกันภัยยังเพิ่มความระมัดระวังอันอาจเกิดจากความล่าช้าในการบริการ หรือการหน่วงเหนี่ยวการปฏิบัติที่เขารู้สึกว่าถูกเอาเปรียบในบางกรณี ก็จะเป็นการสร้างความรู้สึกลงในทางลบต่อธุรกิจทันที ความเชื่อถือศรัทธาที่จะหมดไป ฉะนั้นจุดนี้จึงเป็นหัวใจที่สำคัญที่ผู้บริหารบริษัทประกันภัยจะต้องให้ความสนใจดูแลการปฏิบัติหน้าที่การให้บริการ การพูดจาติดต่อกับลูกค้า โดยให้เจ้าหน้าที่รีบออกไปสำรวจภัยทันทีที่ได้รับแจ้งอุบัติเหตุ ดำเนินการชดเชยค่าสินไหมทดแทนโดยรวดเร็ว เป็นต้น

2. การเสริมสร้างประสิทธิภาพบุคลากร บุคลากรเป็นกำลังสำคัญยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวสูงมากใน 3-4 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันภัยก็มีการเจริญเติบโตสูงมากกว่าอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การขยายตัวดังกล่าวทำให้บริษัทหลายแห่งมีบุคลากรไม่เพียงพอ เนื่องจากบุคลากรในธุรกิจประกันภัยโดยเฉพาะผู้มีความรู้ความสามารถในด้านการประกันภัยโดยเฉพาะมีค่อนข้างจำกัด หากจะให้มีความพร้อมในการแข่งขันมากขึ้น ควรต้องเพิ่มพูนประสิทธิภาพ ความรู้ ความสามารถของบุคลากรมากยิ่งขึ้นพร้อมๆ กับการเพิ่มบุคลากรทุกแขนงให้พอเพียง โดยการสนับสนุนให้ทุนการศึกษาเพิ่มเติมอบรมภายในบริษัทหรือส่งไปอบรมวิชาชีพเฉพาะในต่างประเทศ ฉะนั้น หากบริษัทประกันภัยได้มีการเตรียมพร้อมที่จะสามารถแข่งขันได้ทุกๆ ด้านแล้ว ไม่ว่าจะเป็นเช่นไร หรืออนาคตหากจะให้มีการแข่งขันกันโดยเสรีมากขึ้นแค่ไหน ธุรกิจประกันภัยก็ควรที่จะพร้อมที่จะยืนสู้แข่งขันต่อไปได้ด้วยดี และสามารถที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมากยิ่งขึ้น

3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัย จัดทำเอกสาร หนังสือข้อแนะนำเกี่ยวกับการประกันภัย และเผยแพร่ความรู้แก่นักเรียน นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จัดทำวีดิโอเทป สไลด์มัลติวิชั่นและซอตชีร์ เกี่ยวกับการประกันภัยเพื่อเผยแพร่ทั้งในเมืองและชนบท เผยแพร่และขยายความรู้โดยการบรรยายและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันภัยในชนบท ทั้งแก่ผู้นำท้องถิ่นและชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ บรรจุเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยและจัดทำหนังสืออ่านนอกเวลา เกี่ยวกับการประกันภัยร่วมกับสถาบันการศึกษา รวมทั้งบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการประกันภัยเข้าไปในหลักสูตรการอบรมสัมมนา

ของหน่วยงานอื่นๆ เช่น วิทยาลัยการปกครอง จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยแก่ ครู-อาจารย์ ที่สอนวิชาการประกันภัยในสถาบันการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ จัดทำข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการเจริญเติบโต ผลการดำเนินงานความก้าวหน้าทางวิชาการประกันภัยและของธุรกิจ รวมถึงกฎหมายและระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ได้แก้ไขและประกาศใช้ออกเผยแพร่ตามหนังสือพิมพ์และแจกจ่ายแก่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทุกสัปดาห์

ข้อเสนอแนะสำหรับตัวแทนนายหน้าประกันภัย

ตัวแทนนายหน้าประกันภัยเป็นคนกลางระหว่างประชาชนผู้เอาประกันภัยและบริษัทประกันภัย จึงเป็นตัวจักรสำคัญและมีบทบาทยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจประกันภัยในประเทศ และมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจประกันภัยเพราะเป็นผู้ติดต่อใกล้ชิดกับประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาที่ประสบอยู่ และเพื่อพัฒนาวิชาชีพนี้ให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อความพร้อมของการแข่งขันกับต่างชาติ จึงขอเสนอแนวทางพัฒนาสำหรับตัวแทนนายหน้าในเรื่องต่อไปนี้

1. เสริมสร้างความรู้ในวิชาการประกันภัยให้มากขึ้น โดยเพิ่มพูนความรู้แขนงต่างๆ ของการประกันภัย เข้าใจลักษณะความเสี่ยงภัย ความคุ้มครอง และกรมธรรม์ประเภทต่างๆ ตลอดจนสิทธิเงื่อนไข ข้อยกเว้นแต่ละประเภท เพื่อสามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่ประชาชน และให้บริการอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะช่วยสร้างศรัทธาของประชาชนต่อธุรกิจประกันภัย

2. เสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยการยึดถือจรรยาบรรณที่พึงมีต่อผู้เอาประกันภัยต่อบริษัทประกันภัย ต่อเพื่อนร่วมอาชีพ มิควรมีการแข่งขันโดยวิธีการไม่ถูกต้อง ไม่ทำลายเพื่อนร่วมอาชีพ หรือกล่าวร้ายโจมตีกันไม่ว่าจะวิธีใดก็ตาม เพราะการกล่าวร้ายโจมตีซึ่งกันและกันย่อมแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบอาชีพนี้ไม่ดี ประชาชนก็ย่อมไม่เชื่อถือและมีผลกระทบต่อความศรัทธาต่อธุรกิจ ต้องซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพไม่ควรมีพฤติกรรมเป็นการหลอกลวง เช่น การนำเงินเบี้ยประกันภัยของประชาชนที่ส่งบริษัทไปใช้ ทำให้เกิดปัญหาตามมาเกี่ยวกับกรรมธรรม์สิ้นสุดบังคับ ควรให้การแนะนำที่ถูกต้องในรูปแบบ และขนาดของวงเงินเอาประกันภัยให้สอดคล้องกับฐานะรายได้ของผู้เอาประกันภัย เพื่อมิให้มีอุปสรรคต่อการส่งเบี้ยประกันภัยต่อไป เพราะปรากฏว่ามีประชาชนที่เอาประกันภัยเพียงปีแรกแล้วไม่สามารถส่งเบี้ยประกันภัยต่อไปได้ ทำให้เกิดปัญหากรมธรรม์ขาดอายุ (Lapsation) ในอัตราค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นผลเสียที่ผู้เอาประกันภัยสูญเสียเงินเปล่าเป็นผลเสียต่อบริษัทประกันภัย เพราะการประกันภัยในปีแรกจะมีต้นทุนสูง หากไม่มีการต่ออายุในปีต่อไปก็เป็นการขาดทุน ทำลายฐานะการเงิน และการที่กรมธรรม์ขาดอายุเป็นการทำลายความรู้สึกว่าผู้เอาประกันภัยสูญเสียเงินเปล่าไม่ได้อะไร จึงทำให้ยิ่งไม่อยากทำประกันภัย ตัวแทนนายหน้าสมควรแนะนำให้ผู้เอาประกันภัยเลิกทำประกันภัยจากบริษัทหนึ่งแล้วไปทำอีกบริษัทหนึ่งที่ตนเองสังกัด หรือเพื่อให้ตนเองได้รายได้ ในขณะที่เดียวกันตัวแทนต้องช่วยป้องกันชื่อเสียง

ภาพพจน์ของวิชาชีพนี้ โดยหากทราบพฤติกรรมที่ไม่ดี ต้องหาทางขจัดบุคคลที่ไม่ดีออกไปจากวงการ ซึ่งบริษัทประกันภัยจะต้องให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน ไม่รับบุคคลที่มีประวัติไม่ดีมีประวัติทุจริตเรื่องเงิน การหลอกลวงประชาชน นอกจากนี้ตัวแทนนายหน้าควรเป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรมของวิชาชีพนั้นๆ พร้อมทั้งมีความสามัคคีไม่แตกแยก และสมาคมหรือชมรม (แล้วแต่จะเรียก) ควรเป็นองค์กรสำคัญที่จะปรับปรุงส่งเสริมคุณภาพ ความรู้จรรยาบรรณของตัวแทน นายหน้าให้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และประกอบอาชีพอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

3. ขยายขอบข่ายการบริการอย่างเต็มรูปแบบ โดยเฉพาะนายหน้านิติบุคคล ซึ่งปัจจุบันบุคลากรจำกัด ขาดผู้มีความรู้ในวิชาการประกันภัยแขนงต่างๆ จึงไม่สามารถให้คำแนะนำปรึกษาที่ถูกต้อง จึงต้องสร้างบุคลากร และเพิ่มนายหน้าที่สังกัดบริษัทให้มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องอย่างแท้จริงไว้ในบริษัท เพื่อสามารถให้บริการ และจัดการเรื่องการประกันภัยทั้งการประกันภัยโดยตรง และการประกันภัยต่อได้อย่างครบถ้วน คือสามารถทำได้อย่างครบวงจรภายในบริษัทโดยไม่ต้องพึ่งพาจากแหล่งอื่น พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือศรัทธา และมีความรับผิดชอบต่อการจัดการ เพื่อมิให้เกิดความเสียหายจากการชี้ช่องผิด และต้องขยายขอบข่ายความสัมพันธ์กับบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสามารถเลือกการประกันภัยที่ดีที่สุดให้ประชาชน เมื่อมีความพร้อมทุกด้านก็สามารถที่จะแข่งขันได้กับชาวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. เป็นการศึกษาองค์กรเพียงองค์กรเดียว ดังนั้นควรเพิ่มผลการศึกษาให้เป็นข้อมูลที่ใช้ได้กับองค์กรที่ศึกษา หรือมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับองค์กรที่ทำการศึกษา
2. ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 คน ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการประกันวินาศภัย (Non-life insurance) ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัด การศึกษาในครั้งต่อไปหากมีการเวลาในการศึกษานานกว่านี้ เห็นควรว่าอาจจะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา