



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าประกันกลุ่มบริษัท กชค จำกัด
A study of service quality which affecting to customer loyalty of ABC Group Insurance
Company Limited

มูทิตา ชินภูวดล¹, นภวรรณ คณานุรักษ์²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) นำผลจากการศึกษามาแก้ไขสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่ภักดี 2) นำผลจากการศึกษามาพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ 3) หาแนวทางในการเพิ่มความภักดีให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยใน คือ รวบรวมข้อมูลลูกค้า 170 ราย โดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ 10 ราย เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 160 ราย ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์ส่วนประกอบ ข้อมูลเชิงปริมาณใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพลูกค้าปัจจุบันที่ภักดี 5 องค์กร มีความภักดีกับบริษัทฯ เป็นลูกค้า 3 - 5 ปี การขึ้นราคาไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ยกเลิกบริการยังมองถึงการบริการที่ได้รับด้วย คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านอยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ลูกค้าที่ไม่ภักดี 5 องค์กรได้ยกเลิกการทำประกันกับบริษัทฯ ไปแล้ว โดยเป็นอดีตลูกค้าที่เคยใช้บริการระยะเวลา 1 - 2 ปี สาเหตุที่ทำให้ยกเลิกการใช้บริการคือเบี้ยประกันที่สูงกว่าคู่แข่ง ถัดมาคือค่าบริการที่ล่าช้า ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามลูกค้า 160 ราย ผลพบว่าความพึงพอใจในเรื่องคุณภาพการบริการของบริษัท กชค จำกัด อยู่ในเกณฑ์ดีส่งผลให้เกิดความภักดีต่อองค์กร

คำสำคัญ : ความภักดี, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The objectives of this research are to: 1) to bring the result of this research to resolve customer disloyalty; 2) to bring the result of this research to improve our service quality for customer satisfaction 3) to find the strategies for fostering more customer loyalty. The research was conducted by gathering information from 170 clients, 10 cases of qualitative data collection through interviews, and 160 cases of quantitative data collection through



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

questionnaires. Component analysis made use of qualitative data. Quantitative information was analyzed using linear regression equations and frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. According to the findings of a qualitative survey, five of the current customers who have been loyal to companies for three to five years. Premium increases do not always result in service cancellation, other factors such as the quality of the service that they received are also for consideration. The service quality in all 5 areas is at a good - excellent level. Five of the customers who disloyalty have already cancelled their insurance policy from the company. They were former customers of the service for a period of 1-2 years. The justification for canceling the service is the increased premium, which is not competitive to other insurance companies. Another reason is the delay of service. A quantitative examination of 160 customer surveys' findings revealed that ABC Co., Ltd.'s customers were generally satisfied with the quality of its services, which led to their loyalty to the company.

Keywords : loyalty, quality of service, satisfaction

บทนำ

จากหัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ประกันกลุ่มบริษัท กขค จำกัด เป็นการศึกษาข้อมูลจากลูกค้าประกันกลุ่มที่ได้รับการบริการ มีทั้งกลุ่มลูกค้าที่ภักดี และกลุ่มลูกค้าที่ไม่ภักดี เพื่อนำมาพัฒนาและรักษาลูกค้าไว้กับองค์กร สาเหตุในการศึกษา เนื่องจากช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ระบาดหนักในประเทศไทย ทำให้หลายองค์กร รวมถึง บริษัท กขค จำกัด มีนโยบายให้พนักงานปฏิบัติงานที่บ้าน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง มีลูกค้าที่ร้องเรียนเข้ามามากขึ้น ในเรื่องบริการที่ล่าช้า ติดต่อเจ้าหน้าที่ไม่ได้ และทักษะความรู้ของพนักงานลดน้อยลง รวมถึงหลายองค์กรที่ปิดกิจการลงทำให้การแข่งขันในตลาดประกันกลุ่มรุนแรงขึ้น มีการแย่งลูกค้ากัน ซึ่งลูกค้าที่ภักดีที่มีความเชื่อมั่นในการบริการของบริษัท กขค จำกัด จะเลือกใช้บริการกับบริษัทต่อไปต่อไปอายุ แต่ก็ยังมีลูกค้าบางกลุ่มที่ระหว่างปีกรรมธรรม์ พบปัญหาในการบริการ ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาในตลาด ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เลือกไม่ต่ออายุกับบริษัท กขค จำกัด และได้เปลี่ยนไปใช้บริการกับบริษัทคู่แข่ง



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. นำผลจากการศึกษามาแก้ไขสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่ภักดี
2. นำผลจากการศึกษามาพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ
3. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มความภักดีให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ลูกค้าปัจจุบันและอดีตลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัท กชค จำกัด กลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ลูกค้าปัจจุบันที่ใช้บริการกับบริษัท กชค จำกัด จำนวน 5 ท่าน และอดีตลูกค้าที่เคยใช้บริการกับบริษัท กชค จำกัด จำนวน 5 ท่าน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการบริการและมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับบริษัท กชค จำกัด กลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ลูกค้าองค์กรที่ใช้บริการประกันกลุ่มผ่าน บริษัท กชค จำกัด จำนวน 160 องค์กร ที่ได้รับบริการในปัจจุบัน และอดีตลูกค้าในช่วงปี 2564 โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane

2. ขอบเขตตัวแปร ตัวแปรต้น ได้แก่ คุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดี คือ ทักษะคนดี และพฤติกรรม

3. ขอบเขตระยะเวลา ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยแบ่งเป็นลูกค้าที่ภักดี และอดีตลูกค้าที่ไม่ภักดี และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท กชค จำกัด เพื่อศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดี

2. ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการประกันกลุ่มกับบริษัท กชค จำกัด ในการศึกษาผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยทำการสอบถามกับลูกค้าองค์กร จำนวน 160 ราย และการใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ทำการสอบถามกับลูกค้าองค์กร จำนวน 10 ราย รวมทั้งสิ้น 170 ราย ทั้งนี้ได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ เลือกใช้การวิธีการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง 10 รายซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการบริการและมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับบริษัท กขค จำกัด โดยแบ่งชุดคำถามเป็น 2 ชุดสำหรับลูกค้าที่ภักดี 5 ราย และลูกค้าที่ไม่ภักดี 5 ราย

3.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ เลือกใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 160 ราย โดยจะมีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับลูกค้าทางอีเมล ทั้งลูกค้าใหม่ ลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าที่เคยยกเลิกการให้บริการกับบริษัท กขค จำกัด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ใช้การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) ซึ่งผู้ศึกษาจะใช้วิธีนี้ในการวิเคราะห์ข้อความเกี่ยวกับสาเหตุที่ภักดีหรือไม่ภักดี และคุณภาพการบริการ 5 ด้าน

4.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ใช้การหาค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเลือกใช้การวิเคราะห์สมการพหุคูณดอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในคุณภาพบริการ กับตัวแปรตามคือ ความภักดี

ผลการวิจัย

ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการวิเคราะห์ส่วนประกอบของกลุ่มลูกค้าที่ภักดี เลือกทำประกันกับ บริษัท กขค จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์เพศชายและเพศหญิง ตำแหน่ง HR Manager ถึงระดับ HR Director บริษัทตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด จำนวนพนักงานในองค์กร 200 – 3,500 คน การวิเคราะห์ส่วนของความภักดี คือทั้ง 5 องค์กรมีความภักดีกับบริษัท โดยเป็นลูกค้าของบริษัท กขค จำกัด 3 - 5 ปี การปรับขึ้นราคาไม่ได้จะทำให้ยกเลิกการใช้บริการ แต่พิจารณาถึงการบริการที่ได้รับ ทั้ง 5 องค์กรเลือกที่จะแนะนำบริษัท กขค จำกัด ให้กับองค์กรอื่น การวิเคราะห์ส่วนประกอบของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คืออยู่ในเกณฑ์ที่ดี – ดีมาก สิ่งที่ได้รับจากการบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ได้รับการบริการที่ดีประทับใจ ข้อผิดพลาดมีน้อยมาก ถึงไม่มีเลย การตอบสนองรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและครบถ้วนทุกครั้ง เรื่องการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้กับพนักงานรวดเร็ว ไม่มีข้อร้องเรียน

การวิเคราะห์ส่วนประกอบของกลุ่มลูกค้าที่ไม่ภักดี ยกเลิกการทำประกันกับ บริษัท กขค จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์เพศชายและเพศหญิง ตำแหน่ง HR ถึงระดับ HR Manager บริษัทตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด จำนวนพนักงาน 800 – 3,000 คน ประเภทธุรกิจ Manufacturing IT และ Rubber การวิเคราะห์ส่วนของความภักดี คือทั้ง 5 องค์กรไม่มีความภักดีกับบริษัท โดยทั้งหมดเป็นอดีตลูกค้าของบริษัท กขค จำกัด



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ที่เคยใช้บริการ 1 - 2 ปี สาเหตุที่ทำให้ยกเลิกการใช้บริการ อันดับ 1 คือ เรื่องเบี้ยประกันที่สูงกว่าคู่แข่ง รองลงมาคือเรื่องค่าบริการที่ล่าช้า ทั้ง 5 องค์กรมีโอกาที่จะกลับมาใช้บริการกับบริษัท กชค จำกัด ในอนาคตได้หากเบี้ยประกันราคาถูกกว่าบริษัทคู่แข่ง การวิเคราะห์ส่วนประกอบของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในเกณฑ์ดี สิ่งที่ได้รับจากการบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ได้รับการบริการที่รวดเร็ว ข้อมูลต่างๆ มีข้อผิดพลาดบ้าง แต่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การตอบสนองมีทั้งปานกลางและเร็ว ด้านความเชื่อมั่นได้รับคำตอบที่ครบถ้วน ใช้เวลาในการตอบกลับ มีการติดตามข้อมูลบางครั้ง และสุดท้ายเรื่องการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้กับพนักงาน มีทั้งรวดเร็วและล่าช้าบ้าง

ข้อมูลเชิงปริมาณ จากการแจกแจงความถี่ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มองค์กรที่มีพนักงานต่ำกว่า 150 คน จำนวน 52 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจเอกชน จำนวน 146 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 91.25 มีสถานที่ตั้งธุรกิจอยู่ที่กรุงเทพฯ จำนวน 74 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีลักษณะการทำประกันแบบมีประกันชีวิตและสุขภาพ จำนวน 117 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 73.12 เป็นลูกค้าของบริษัท ระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 55 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 34.38

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการบริการ กับตัวแปรตามคือ ความภักดี โดยทำการทดสอบว่า ตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความภักดีหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐาน คือ ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ส่งผลต่อความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig=0.05) เมื่อพิจารณาจากน้ำหนักของผลกระทบตัวแปรอิสระ ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดี ในการทำประกันกับบริษัท กชค จำกัด พบว่าปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ($\beta = .31$) ส่งผลต่อความภักดีมากที่สุด สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted R2 =0.51) แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความภักดี คิดเป็นร้อยละ 51 สรุปได้ว่าความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าประกันกลุ่มบริษัท กชค จำกัด ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาไว้ดังนี้

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์จากลูกค้าที่ภักดี 5 องค์กร จะมีความภักดี ซึ่งในการทำประกัน การต่ออายุกรมธรรม์จะเลือกพิจารณาจากบริการที่ได้รับ ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ความน่าเชื่อถือทั้งองค์กรและพนักงาน สำหรับลูกค้าที่ไม่ภักดี 5 องค์กร จะมองเรื่องราคาเป็นหลักแม้จะให้บริการที่ดี แต่หากราคาสู้กับคู่แข่งไม่ได้ ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะพร้อมจะเปลี่ยนบริษัท โดยยกเลิกการใช้บริการกับ บริษัท กชค จำกัด ได้ทันที



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ บุญกล้า (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในแบรนด์ มีทัศนคติความคิดเห็นมาก-มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยที่สรุปได้ว่าความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ส่งผลต่อความภักดี ที่มีระดับความภักดีที่มากที่สุดอันดับแรกคือ ลูกค้าเชื่อมั่นในบริษัท กขค จำกัด มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติวรรณ หาจันดา และศุภสัณห์ ปริดาวิภาต (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพกรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพ ของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ คือ ด้านพนักงานบริการ และด้านการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่สรุปได้ว่าระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวัลย์ วังศรีเผือก (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ที่สรุปได้ว่าระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ด้านการการประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.1)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังค์สมาลักษณ์ ไทยสม (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ตราสินค้า Loonnystore ผลการวิจัยพบว่าสิ่งสนับสนุนในการสร้างความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์มี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาและด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกัน เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัย สาเหตุที่ลูกค้าไม่ภักดี ส่วนใหญ่มาจากราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง และปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างน่าประทับใจ ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีซึ่งทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัย หัวข้อเจ้าหน้าที่มีความสุภาพ มีกริยามารยาทที่ดี พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ และเรื่องความถูกต้องของเอกสาร หากมีการแก้ไขปัญหาเรื่องบุคคลากรได้ เจ้าหน้าที่แต่ละท่านจะจัดการงานของตนเองได้ดีขึ้น มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วน ในการทำงานจะไม่มีการอื่นเข้ามาแทรก ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ องค์กรน่าเชื่อถือ รักษาลูกค้าไว้กับองค์กรได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาด เพื่อหากกลยุทธ์ในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้ลูกค้ามีความภักดีต่ออายุ ประกันกับบริษัทต่อไปในอนาคต เนื่องจากกลุ่มลูกค้าองค์กรจะมีหน่วยงานจัดซื้อเข้ามาควบคุมการซื้อประกันกลุ่มให้กับองค์กร ดังนั้น เรื่องราคาจึงเป็นเรื่องสำคัญเทียบเท่ากับบริการที่ดีมีคุณภาพ

2.2 ควรศึกษากลุ่มประชากรกลุ่มอื่นเพิ่มเติม เช่น ลูกค้าที่ทำประกันกลุ่มผ่านบริษัทประกันโดยตรง ลูกค้าที่ทำประกันกลุ่มผ่านตัวแทนของบริษัท เพื่อวิจัยหาข้อมูลว่าสาเหตุใดที่ส่งผลต่อความภักดีในการต่ออายุประกัน

บรรณานุกรม

- จุฑารัตน์ บุญกล้า. (2563). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ฐิติวรรณ หาจันดา และศุภัสสัณห์ ปรีดาวิภาต. (2563). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพกรณีศึกษาแบบประกันสุขภาพ ของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- วรวลัญช์ วงษ์ศรีเผือก. (2564). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด**. บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สมฤทัย หาญบุญเศรษฐ. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการระบบลิฟท์จอดรถยนต์อัตโนมัติ**. วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สิริภาคย์ บุญยนต์. (2561). **ปัจจัยที่เหมาะสมในการแยกเลชิตินจากน้ำมันธัญพืชด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและกำหนดการไม่เชิงเส้น**. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อังกส์มาลักษ์ณ์ ไทยสม. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ตราสินค้า Loonystore**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ความหมายหน้าประกันภัย (ออนไลน์). ค้นหาค้นได้จาก <https://www.oic.or.th/th/education/broker>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ%2F>

พื้นฐานของความภักดีต่อแบรนด์และวิธีสร้างแบรนด์ร่วมกับลูกค้า (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

<https://advertising.amazon.com/th-th/library/guides/brand-loyalty>

รู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค มัดใจลูกค้าของคุณอย่างมีกลยุทธ์ (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

<https://blog.ourgreenfish.com/master-blog/what-is-customer-behavior>

สูตร Taro Yamane สำหรับคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

<https://greedisgoods.com/taro-yamane/>

In-Depth Interview with Empathy and Observation (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

https://www.penfill.co/wp-content/uploads/2021/04/In-depth-interview-with-Empathy-and-Observation_Slide.pdf

5 มิติคุณภาพการบริการ (ออนไลน์). ค้นหาได้จาก

<https://www.impressionconsult.com/i/5-มิติคุณภาพการบริการ-2>