

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทน คุณสมพงษ์ มีวัตถุประสงค์ การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทน คุณสมพงษ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน โดย ใช้ กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ จำนวน 305 คน โดยได้ วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐาน การ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD. ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท งดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบรายเดือน และทุนประกันชีวิต 100,001 – 200,000 บาท
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์อยู่ในระดับ มาก ได้แก่ปัจจัย ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านการบริการ ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ
3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณ สมพงษ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า
 - 3.1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบ สะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณ

สมพงษ์ แตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าเพศชาย

3.2 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ แตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 46 ขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี และมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านการบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 – 35 ปี มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 45 ปี และมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป ส่วนลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 26 - 35 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านการบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป

3.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ แตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด และมากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรสแล้ว ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านราคา มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านการบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแล้ว และมากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านผลตอบแทน มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง และส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแล้วมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านผลตอบแทน มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง

3.4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และด้านผลตอบแทน ไม่แตกต่างกัน

3.5 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอาชีพนักศึกษา มีระดับการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้านการบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และมากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน งดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบรายเดือน และทุนประกันชีวิต 100,001 – 200,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ชัยวัฒน์ โฆษกทรัพย์พิมพ์ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เอาประกันภัย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ผู้เอาประกันภัยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีรายได้ต่อเดือน 12,000 – 18,000 บาท

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านกรรมธรรม์ประกันชีวิต โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นของชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด มีการตัดสินใจในระดับมากที่สุดอาจเป็นเพราะว่าความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ส่วนความเหมาะสมของแบบประกัน แบบประกันมีลักษณะเด่น รายละเอียดของกรรมธรรม์ทำความเข้าใจได้ง่าย และช่วยสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันชีวิตและครอบครัวอยู่ในระดับมาก ส่วนสามารถเปลี่ยนงวดชำระเบี้ยประกันได้ อยู่ในระดับปานกลางอาจเป็นเพราะว่าบริษัทประกันชีวิตอื่น ๆ ก็สามารถเปลี่ยนงวดการชำระเบี้ยประกันก็ได้

2.2 ด้านราคา โดยรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการเลือกวิธีชำระเบี้ยประกันได้หลายวิธี การแจ้งอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจน และอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับแบบประกัน มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย สุมนมาลย์กรวยสวัสดิ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการซื้อกรรมธรรม์ชีวิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยด้านราคาโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนระยะเวลาการผ่อนชำระเบี้ยประกัน

มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากในประเด็นทำเลที่ตั้งมองเห็นง่าย ความสะดวกในการติดต่อตัวแทน และความรวดเร็วในการทำประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย สุมนมาลย์ กรวยสวัสดิ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อกรมธรรม์ชีวิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนวิธีนำเสนอของตัวแทน มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการแนะนำ/เสนอขายของตัวแทน การจัดกิจกรรมบริการสังคม และการแจ้งข่าวสารให้แก่ผู้ทำประกันชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับมาก ส่วนการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และการลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับปานกลางอาจเป็นเพราะว่าลูกค้าตัดสินใจที่จะทำประกันชีวิตอยู่แล้วก็ได้

2.5 ด้านการบริการ โดยรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอจากตัวแทน ความรวดเร็วในการเรียกร้องสินไหมทดแทน ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตัวแทนอธิบายหรือสื่อสารเข้าใจง่าย ความสะดวกสบายของสถานที่จอดรถ ความรวดเร็วในการส่งมอบกรมธรรม์ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และการบริการของตัวแทน มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย เพียงใจ สงะระญู (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของข้าราชการส่วนกลาง จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการตัดสินใจในด้านคุณภาพการบริการ ทำให้ตัดสินใจทำประกันชีวิตอยู่ในระดับมาก

2.6 ด้านผลตอบแทน โดยรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นสามารถกู้ยืมได้โดยมีกรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นประกัน เงินสินไหมทดแทนในอัตราที่เหมาะสม

สิทธิ์ในการหักลดหย่อนภาษี และสิทธิ์ในการหยุดส่งเบี้ยประกันและให้มีความคุ้มครองตามวงเงินที่ส่งได้มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย เพ็ญศรี วรรณสุข (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้า บริษัท เนชั่นไวด์ ประกันชีวิต จำกัด ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของบริษัท เนชั่นไวด์ ประกันชีวิตจำกัด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตกับบริษัท เนชั่นไวด์ ประกันชีวิตจำกัดในด้านผลตอบแทนอยู่ในระดับมากส่วนสามารถเพิ่มหรือลดวงเงินประกันชีวิตได้ มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า คือ ลูกค้าที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน งดการชำระเบี้ยประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และทุนประกันชีวิต แตกต่างกัน มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด สำนักงานตัวแทนคุณสมพงษ์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัย พัทธญาณี กัจฉพลศิริพันธ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างตลาดในประเทศและพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครของธุรกิจประกันชีวิต จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประสมการตลาดระหว่างกลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนกรมธรรม์และเบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระต่อปี โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา สำนักงานตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ดังนี้

1.1 ด้านกรมธรรม์ประกันชีวิต ควรให้ความสำคัญในด้านความหลากหลายของประเภทการประกันภัย สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการประกันภัย ความสะดวกในการทำประกันภัย

และชื่อเสียง ประวัติ ความมั่นคงของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของกรรมธรรม์นั้น ๆ เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

1.2 ด้านราคา ควรเพิ่มวิธีชำระเบี้ยประกันให้ได้หลายวิธี การแจ้งอัตราเบี้ยประกันชีวิตที่ชัดเจนมากขึ้น และอัตราเบี้ยประกันควรมีความเหมาะสมกับแบบประกัน เพราะปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการให้บริการของบริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญในด้านการติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการประกันภัยผ่านระบบโทรศัพท์ ความรวดเร็ว ในการทำประกันภัย จำนวนสาขาหรือตัวแทนบริษัทประกันภัยมีความครอบคลุมทั้งประเทศ และมีสถานที่สำหรับจอร์ณในการมาติดต่อบริษัทประกันภัย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรได้รับส่วนลดพิเศษจากบริษัทประกันภัย ซึ่งผู้ประกอบการควรจะมีการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด อาทิ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถมกับลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัทที่รับทำประกันภัย และตัวแทนจำหน่ายรายย่อยควรมีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุ รวมถึงมีการทำป้ายผ้าติดในจุดที่ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย เช่น บริเวณหน้าร้านมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สิ่งตีพิมพ์ เช่น ป้ายผ้าสิ่งตีพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และใบปลิวต่าง ๆ ไว้แจกให้ลูกค้า ซึ่งสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ เหล่านี้ต้องทำเป็นรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัยและสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการดูแลและเอาใจใส่ผู้บริโภคเป็นอย่างดี

1.5 ด้านการบริการ บริษัทประกันภัยควรให้บริการที่ดี เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น นอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยควรเพิ่มความสะดวก โดยมีการบริการทางการเงินให้ลูกค้า โดยการรับชำระค่าเบี้ยประกันด้วยบัตรเครดิต หรือการแบ่งชำระค่าเบี้ยประกันเป็นงวด ๆ อย่งไรก็ตามควรมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

1.6 ด้านผลตอบแทน บริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญในด้านมีมาตรฐานการกำหนด อัตราค่าเบี้ยประกันภัย และอัตราดอกเบี้ยของการผ่อนชำระเป็นรายงวดเหมาะสม การกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย กรมการประกันภัยกำหนดให้ใช้เป็นแบบคงที่ และควรให้ความสำคัญในด้านความรวดเร็วในการจ่ายสินไหมทดแทนกรณีประสบภัยตามที่ทำประกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรจะศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของประเภทการประกันภัยให้มีหลายประเภท เพื่อให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานการกำหนดอัตราค่าเบี้ยประกันภัย เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับบริษัทอื่น ๆ

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับความรวดเร็วในการทำประกันภัยควรศึกษาเน้นในเรื่องการอบรมคัดเลือกพนักงานที่จะให้บริการที่รวดเร็ว และสะดวกแก่ลูกค้า

2.4 ควรศึกษาเกี่ยวกับความรวดเร็วในการจ่ายสินไหมทดแทนกรณีประสบภัยตามที่ทำประกัน และปัญหาเกี่ยวกับการประกันภัยและการให้บริการของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนทางการตลาดต่อไป