

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ชีวิตประจำวันของคนเราในสังคมทุกวันนี้ต้องเผชิญกับภัยอันตรายและความเสี่ยงภัยอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่เป็นภัยที่มนุษย์เราไม่สามารถควบคุมได้ อันได้แก่ ภัยที่เกิดตามธรรมชาติ เช่น ความแห้งแล้ง หรือภัยที่เกิดจากสภาพอากาศ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งบางครั้งก็อาจป้องกันหรือหลีกเลี่ยงจากภัยดังกล่าวได้ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่ามนุษย์เราทุกวันต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ มากมายรอบด้าน โอกาสที่มนุษย์เราจะเสี่ยงต่อการเสียชีวิต บาดเจ็บ พุพพลภาพ จึงมีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับกิจกรรมประจำวันของแต่ละคน โดยเฉพาะความเสี่ยงอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นกับตนเองเมื่อใด นอกจากนี้ยังรวมถึงความเสี่ยงเนื่องจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ซึ่งมนุษย์มีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคได้ง่ายขึ้นถ้าหากไม่ระมัดระวังดูแลรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ามนุษย์ทุกคนย่อมมีความหวาดกลัวภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นแก่ตนเอง อันจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตนเองรวมถึงสมาชิกในครอบครัวหากผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวซึ่งเป็นผู้มีภาระรับผิดชอบต่อสมาชิกทุกคนในครอบครัวต้องประสบเคราะห์ภัยเป็นต้นเหตุให้บาดเจ็บ พุพพลภาพ หรือถึงขั้นเสียชีวิตในที่สุดก็จะส่งผลกระทบต่อสมาชิกในครอบครัว ทั้งทางด้านจิตใจ เศรษฐกิจ และอาจเกิดผลกระทบอื่น ๆ ตามมาอีกในหลาย ๆ ด้าน การทำประกันชีวิตเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นกว่าในอดีตและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ที่มีรายได้ในหลากหลายสาขาอาชีพ ธุรกิจประกันชีวิตนอกจากจะช่วยให้ประโยชน์โดยตรงกับผู้เอาประกันในด้านความคุ้มครองชีวิต และในด้านการออมทรัพย์แล้วการประกันชีวิตยังมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติ อีกด้วย

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทประกันชีวิตซึ่งถือว่าเป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง เป็นแหล่งระดมเงินทุนในระยะยาว จากผู้เอาประกันชีวิตในรูปแบบเบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันชีวิต สำหรับธุรกิจประกันชีวิตถือว่าได้มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ และแนวโน้มของประชาชนได้ให้ความสนใจต่อการซื้อประกันชีวิตมากขึ้น จากในอดีตแต่ยังถือว่า ค่อนข้างน้อยและรัฐบาลก็ได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมการประกันชีวิตมาตลอด โดยออก

กฎหมายให้ผู้เอาประกันชีวิตที่ซื้อประกันชีวิตตามจำนวนเบี้ยประกันชีวิตแต่ละปีไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลตามกฎหมาย ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินปีละ 200,000 บาท ต่อปี ซึ่งจำนวนเงินหักลดหย่อนภาษีนี้เพิ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2554 จากเดิมที่สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตแต่ละปีไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลไม่เกินปีละ 10,000 บาท และเพิ่มเป็น 50,000 บาทเท่านั้น เพราะฉะนั้นแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของการซื้อประกันชีวิตของประชาชนอันจะส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิต เพราะจะสร้างประโยชน์ต่อประชาชนและส่งผลประโยชน์สะท้อนกับต่อรัฐบาล ทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเงินภาษีเข้าภาครัฐหรือลดภาระสวัสดิการของประชาชนรวมถึงเป็นการเพิ่มการลงทุนระยะยาวของประเทศอีกด้วย ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการทุกประเภทต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง สืบเนื่องจากการที่รัฐบาลส่งเสริมและให้การสนับสนุน โดยเปิดกว้างในด้านการลงทุน ส่งผลให้นักธุรกิจจากต่างประเทศเข้ามาลงทุน ประกอบกับการแข่งขันในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้ง การขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ ภายในประเทศเอง มีผลทำให้ธุรกิจประเภทต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจด้านการบริการ ต้องพยายามพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังคงใช้ความพยายามมากขึ้นในการที่จะรักษาสถานภาพของการแข่งขันของตนเองให้อยู่ในระดับที่อยู่เหนือคู่แข่ง ตลอดจนต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ใช้บริการ อันจะนำไปสู่ความภักดีต่อธุรกิจต่อไป เพราะสถาบันประกันชีวิต ถือเป็นสถาบันประเภทหนึ่งที่มีบทบาทหน้าที่ในการระดมเงินออมระยะยาวจากประชาชนในรูปแบบการขายกรมธรรม์ประกันชีวิตเพื่อประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจสร้างความแข็งแกร่งในระบบเศรษฐกิจ สังคมของประเทศ และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

จากจุดเริ่มต้นของการประกันชีวิตในประเทศไทยที่มีบริษัทประกันชีวิตเพียง 14 บริษัท จนกระทั่ง ถึง พ.ศ. 2540 รัฐบาลได้อนุมัติใบอนุญาตบริษัทประกันภัยใหม่เพิ่มอีก 12 บริษัท รวมเป็นบริษัทประกันชีวิตที่ได้รับอนุมัติให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย 26 บริษัท วันที่ 20 ธันวาคม 2544 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศ เรื่องการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิตได้ตามกฎหมาย ปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตถูกควบคุมโดย สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) กระทรวงการคลังภายใต้พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 2) ซึ่งกำหนดให้บริษัทประกันชีวิตต้องจดทะเบียนเป็น บริษัทมหาชนจำกัด และต้องมีเงินทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า

500 ล้านบาท และต้องวางเงินสำรองประกันชีวิตไว้กับนายทะเบียน เงินสำรองนี้เป็นกองทุนเพื่อความมั่นคงของบริษัท และรัฐบาลจะนำไปพัฒนาประเทศ ดังนั้น ธุรกิจประกันชีวิตจึงเป็นธุรกิจที่มั่นคง เป็นประโยชน์ต่อผู้เอาประกันและประเทศชาติธุรกิจประกันชีวิตจะเติบโตและก้าวหน้าได้ ต้องอาศัยตัวแทนประกันชีวิตในการนำสินค้าสู่ผู้บริโภค จึงนับได้ว่าอาชีพตัวแทนเป็นอาชีพที่มีคุณค่า และเป็นอาชีพอิสระที่มีเกียรติอย่างยิ่งเพราะได้ช่วยให้ผู้เอาประกันมีหลักประกันที่มั่นคง สำหรับตนเองและครอบครัว อีกทั้งเป็นการช่วยพัฒนาประเทศชาติ

การขายประกันผ่านตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ซึ่งเป็นช่องทางการขายแบบดั้งเดิม ต่อมาเป็นการขายประกันผ่านพนักงานของบริษัทคือ ลูกค้าสามารถ ติดต่อเพื่อซื้อประกันโดยตรงกับบริษัทฯ จึงต้องมีการให้บริการที่ดี และมีคุณภาพต่อลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าคนปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต ภาพรวมธุรกิจประกันชีวิตไทย ปี 2555 (วารสารประกันชีวิต ปีที่ 33 ฉบับที่ 137 : 2556) สำหรับ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับหนึ่งในห้าของประเทศไทย ยอดขายประกันชีวิตมาจากช่องทางการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตกว่าร้อยละ 90 ผลจากการมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งในห้า ประกอบกับช่องทางการขายประกันผ่านตัวแทนที่มีเป็นจำนวนมากนี้จึงจำเป็นที่บริษัทฯ ต้องมีระเบียบปฏิบัติในการอบรมความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต รายละเอียดแบบประกัน สัญญาเพิ่มเติม ระเบียบปฏิบัติในการรับประกันและการบริการใช้ในการฝึกอบรมความรู้ทักษะและความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ตัวแทนจะต้องพัฒนาให้ตัวแทนมีการ ให้บริการในวงจรการขายเป็นอย่างดีและมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน อันจะส่งผลให้เป็นนักอาชีพปฏิญาณที่สมบูรณ์และมีคุณภาพซึ่งจะสร้างความเป็นมืออาชีพในสายตาของลูกค้าและบุคคลภายนอกในกระบวนการขายหรือขั้นตอนการขายของตัวแทนประกันชีวิตต้องมียานด้านการบริการซึ่งเป็นงานหลักที่ตัวแทนต้องทำเป็นอาชีพ เชื่อมั่นว่าการพัฒนาตัวแทนขายให้มีคุณภาพสูงสุดเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาว จึงมุ่งพัฒนาตัวแทนให้มีคุณภาพอย่างไรก็ตามเนื่องจากช่องทางการขายผ่านตัวแทนเป็นช่องทางที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ซึ่งปัญหาของผู้มาใช้บริการผ่านช่องทางนี้อาจมีหลายประเด็น โดยเป็นเรื่องจำเป็นที่บริษัทต้องพิจารณาประเด็น ปัญหาต่าง ๆ เพื่อการบริหารจัดการ โดยให้ตัวแทนต้องมีการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าตลอดไป ซึ่งถ้าการ ให้บริการของตัวแทนไม่ดีผลก็คือลูกค้าผู้ใช้บริการก็จะเกิดความไม่พอใจในบริการซึ่งจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับตนเอง และอาจจะถ่ายทอดให้บุคคลอื่นต่อไปเรื่อย ๆ จะเป็นเหตุให้ลูกค้าไม่ใช้บริการหรือในบางรายอาจมีการขอยกเลิกกรมธรรม์ ดังนั้นการบริการที่ดีของตัวแทนมีผลทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อตัวแทนและบริษัทฯ ซึ่งลูกค้าจะใช้บริการ

อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งจะเป็นผู้แนะนำลูกค้ารายอื่นให้กับตัวแทนของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต การดำเนินธุรกิจประกันชีวิตอย่างมืออาชีพ ถือเป็นนโยบายอีกประการหนึ่งที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (สำนักงาน คปภ.) ได้ให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการที่ดีของตัวแทนประกันชีวิต คุณภาพ ความเป็นเลิศทางด้านบริการในการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องจะเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และสิ่งสำคัญที่ตัวแทนทุกคนต้องคำนึงถึงอยู่เสมอ คือ การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ได้มีความเข้าใจและเล็งเห็นประโยชน์ของการประกันชีวิตว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีพ ซึ่งเมื่อลูกค้าได้รับประโยชน์ มีความเชื่อมั่น และศรัทธาต่อธุรกิจประกันภัยแล้ว อันจะส่งผลต่อเนื่องถึงการพัฒนาธุรกิจประกันภัยไทย ในระยะยาวต่อไปก็จะส่งผลให้ธุรกิจประกันภัยมีการเจริญเติบโตด้วยความมั่นคงและยั่งยืน

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของตัวแทน บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ ว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของตัวแทนนั้นเป็นอย่างไรซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัท สามารถนำผลวิจัยที่ได้มาทำการปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และสามารถกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น จะมีผลต่อการรักษากฎเกณฑ์ของลูกค้า และการขยายฐาน ลูกค้ารายใหม่อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อบริษัทฯ

คำถามในการศึกษา

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ อยู่ในระดับใด
2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการให้บริการของบริษัทฯ ไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาเพื่อศึกษาการให้บริการของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย คปภ. 2552 : 5-11)

- 1.1 ด้านลักษณะในการสร้างความประทับใจในงานบริการ
- 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 1.3 ด้านความรับผิดชอบในการพัฒนาสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้า
- 1.4 ด้านความเชื่อมั่นในการให้คำแนะนำกรมธรรม์ประกันภัย
- 1.5 ด้านการเอาใจเขาใส่ใจเรา การให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิต

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ จำนวน 406 คน (ทะเบียนเก็บข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการ ตั้งแต่เดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน 2556 : ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2556)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ จำนวน 201 คน สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 ; อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2556 : 285)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

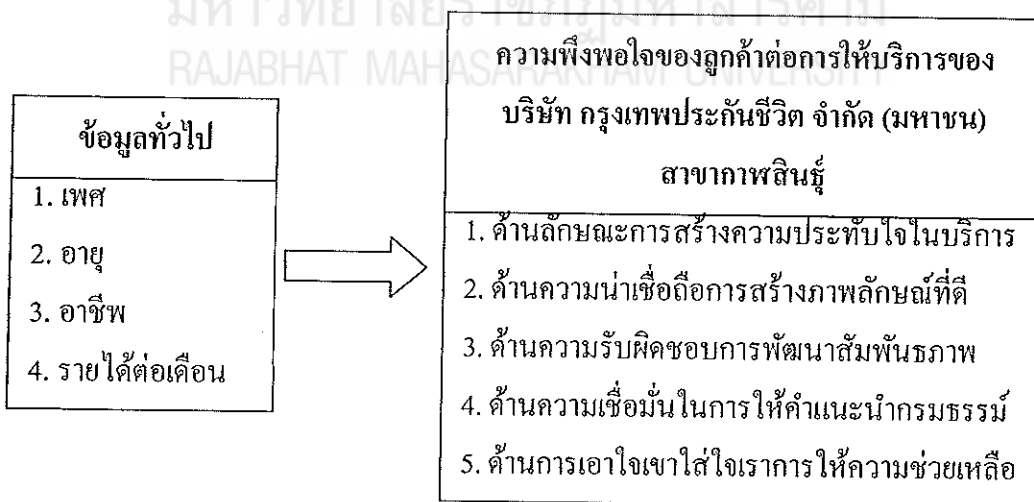
พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาประมาณ 6 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557

กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษานี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

ค่านิยมศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ผลตอบแทนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจต่อระดับคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านลักษณะในการสร้างความประทับใจในงานบริการ หมายถึง ความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการ ก็ได้แก่ การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและเอาใจใส่พูดสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า “เขามีความสำคัญ” เป็นผลให้เขาเกิดความพอใจ แต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปิติยินดี นั่นคือต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับของเราย่อมจะเป็นผลให้เขามาใช้บริการของเราอีก บุคลิกภาพทั้งลักษณะการแต่งกายของตัวแทนประกันชีวิตที่แต่งกายดูสะอาดสุภาพเรียบร้อย และรวมไปถึงอัปกริยาที่แสดงออก เช่น การให้บริการดูแลใส่ใจด้วยความกระตือรือร้นอย่างเต็มที่ ให้การบริการด้วยความสะดวก รวดเร็วด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ

2. ด้านความน่าเชื่อถือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตต้องเป็นผู้มีความน่าเชื่อถือที่จะให้บริการมีความรอบรู้และทักษะในการให้บริการในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ด้วยความเต็มใจ ให้คำแนะนำเสนอขายแบบประกันที่ถูกต้องตามเงื่อนไขความคุ้มครอง มีความพร้อมในอุปกรณ์การขาย ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตใจต่อลูกค้า และบริษัทฯ สะท้อนมาจากความสม่ำเสมอและความสามารถในการปฏิบัติงานของตัวแทน ตัวแทนสามารถรักษาระดับการให้บริการได้ตลอดเวลา ตัวแทนให้บริการตามที่สัญญาไว้ การเรียกเก็บค่าเบี้ยประกันมีความถูกต้อง พร้อมออกใบเสร็จรับเงินทุกครั้งที่ได้รับชำระเงินจากลูกค้า ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตจึงควรแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานในความรับผิดชอบของเราและถือว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่จะออกไปให้ความรู้แก่ลูกค้าของเราด้วยความเต็มใจและสุจริตใจ โดยไม่หวงแหนวิชาความรู้ หรือใช้การถ่ายทอดความรู้เป็นเครื่องมือในการขายมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการสินค้า ลูกค้าย่อมจะรู้สึกประทับใจในความมีน้ำใจของเรา และนำไปสู่การพัฒนาสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืนต่อไป

3. ด้านความรับผิดชอบในการพัฒนาสัมพันธภาพอันดีกับลูกค้า หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสัมพันธภาพระยะยาวแก่บริษัทฯ คำว่า “ลูกค้าสัมพันธ์” หรือ “สัมพันธภาพกับลูกค้า” ซึ่งเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวลูกค้า มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ทราบข้อมูลของลูกค้าเป็นการแสดงความใส่ใจ เพื่อให้บริการ ก่อนและหลังการขาย เช่น การไปร่วมกิจกรรมกับลูกค้าในวาระโอกาสพิเศษที่สำคัญของลูกค้า อาทิ งานเลี้ยงครบรอบวันคล้ายวันเกิด หรือ การไปร่วมงานทำบุญต่างๆ ตามประเพณี ส่วนการบริการหลังการขายก็เป็นการติดตามการชำระหนี้ประกันเมื่อครบกำหนดชำระ การบริการในเรื่องการเรียกร้องสินไหมทดแทน อันส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้น ยั่งยืนและความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นในหมู่ลูกค้า และก่อให้เกิดผลกำไรในระยะยาวแก่ธุรกิจ การเรียนรู้ดังกล่าวจะเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ แล้วทำการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำข้อมูลนั้นมาช่วยในการตัดสินใจวางกลยุทธ์

4. ด้านความมั่นใจในการให้คำแนะนำกรมธรรม์ประกันภัย หมายถึง การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับการอบรมไปปรับใช้ในการพัฒนาการทำงานที่ถูกต้องมีคุณภาพและสร้างคุณค่าในผลงานของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ตัวแทนมีหน้าที่หลักในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย และต้องมีขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสมในการบริการด้านคำแนะนำชี้แจงเงื่อนไข ความคุ้มครอง ได้อย่างถูกต้อง และตัวแทนให้บริการมีความรู้ ความสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ในด้านเงื่อนไข ความคุ้มครองให้เหมาะสม บริการด้านการชดเชยค่าสินไหมทดแทนตัวแทนที่ให้บริการ มีความรู้ ความสามารถ มีความสุภาพ และมีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้รับบริการที่ดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงใจ

5. ด้านการเอาใจเขาใส่ใจเราเป็นการให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิต หมายถึง การปฏิบัติของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับของผู้ให้บริการ ตัวแทนมีการดูแล และเอาใจใส่ เต็มใจให้บริการอย่างสม่ำเสมอคอยให้บริการแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ให้บริการด้วยความตั้งใจ ด้วยความเอาใจใส่อย่างแท้จริงการมีไมตรีต่อลูกค้า กล่าวคือ “ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา” บริการด้วยความมีอัธยาศัยไมตรีเป็นสำคัญอย่างยิ่งในการบริการเนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการ ตอบสนอง เน้นการบริการ และการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้ ย่อมจะเป็นผลให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการของเราอีก ย่อมจะประสบ

ความก้าวหน้าและให้บริการตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ความมีอัธยาศัยไมตรีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย บรรยากาศแห่งความเป็นมิตรอาจเกิดขึ้นได้เพียงรอยยิ้ม ที่เริ่มจากตัวเราก่อน เพราะความมีอัธยาศัยไมตรีจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นและประทับใจ

งานบริการ หมายถึง การบริการ การให้ความช่วยเหลือ หรือ การดำเนินการ เพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชม บริษัทฯ เป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีเพราะเบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงานมักพบว่า งานการบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาของบริษัท ภาพลักษณ์ของบริษัทก็จะดีไปด้วย

ลูกค้า หมายถึง ผู้เอาประกันชีวิตที่ตกลงซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทต่าง ๆ ของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

การให้บริการ หมายถึง การให้บริการต่าง ๆ ของตัวแทน บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์

ประกันชีวิต หมายถึง สัญญา 2 ฝ่ายที่ทำขึ้นเป็นข้อตกลงระหว่างบริษัทประกันชีวิตกับผู้เอาประกันชีวิต โดยมีการกำหนดสิทธิและหน้าที่ระหว่างกันทั้ง 2 ฝ่าย และรวมถึงอนุสัญญาการประกันสุขภาพ และการประกันอุบัติเหตุไว้ด้วย

ประโยชน์การศึกษา

ผลในการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของตัวแทนของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ เพื่อการสร้างคุณภาพและมาตรฐานในการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและจะนำไปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

1. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความสำคัญของการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าภายในและภายนอก เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการที่ถูกต้อง
2. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในพฤติกรรม และการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า
3. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในการรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าทั้งภายใน

และภายนอกองค์กร รวมทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ ตัวแทนประกันชีวิตรุ่นใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการขายประกันชีวิตประจำวันและเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมและขยายตลาดของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์

4. สามารถนำความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตอันจะเป็นผลให้ประชาชน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำประกันเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และประสบการณ์ที่ได้รับ ไปปรับใช้ในการพัฒนาการทำงานที่มีคุณภาพ และสร้างคุณค่าในผลงานของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นต่อไป



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY