

คุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน

THE CHARACTERISTICS AND INSURANCE SERVICES QUALITY CUSTOMERS TOWARD
THE SATISFACTION OF DHIPAYA INSURANCE COMPANY LIMITED, NORTHERN THAILAND

23

ชลิดา เพชรปัญญา*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุนธรา**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของคุณลักษณะบุคลากรคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจตลอดจนศึกษาคุณลักษณะบุคลากรและรูปแบบการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัททิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ประกันภัยของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด จำนวน 398 ราย เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถามโดยสถิติพรรณนาวิเคราะห์ความถี่ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้วยเทคนิคการถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter Selection

ผลวิจัย พบว่า คุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านลักษณะบุคลากรความพึงพอใจ และด้านคุณภาพการบริการ ผลการวิเคราะห์การทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะบุคลากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด

Abstract

The purpose of this research was to study the insurance services quality customers towards the satisfaction. The sampling customers group was 398 person. It was survey research with questionnaire as research tool by applying descriptive statistics to find frequency, percentage, standard deviation the sample data by performing descriptive statistics and multiple regression analysis.

The outcomes of research revealed that the overalls of customer's satisfaction were at highest levels. They were satisfied of the characteristics than services quality. The results from the multiple regression coefficient analysis showed that the characteristics and insurance services quality customers towards the satisfaction with a 0.05 significance rate.

Keyword: Services Quality, Dhipaya Insurance Company Limited

* นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทนำ

การดำเนินธุรกิจประกันภัยในประเทศไทยมีจำนวนบริษัทประกันภัยเพิ่มขึ้นทำให้เครือข่ายธุรกิจประกันภัยมีหลายประเภท และในแต่ละประเภทมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการรับประกันภัยเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการประกันภัย กล่าวคือ เป็นการประกันความเสี่ยงภัยต่อชีวิตร่างกายอนามัยตลอดจนทรัพย์สินที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในอดีตการประกันภัยถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นในการพาณิชย์ทางทะเลให้เป็นต้นทุนที่จำกัดจำนวนที่แน่นอนต่อมาเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแพร่ขยายในการค้าระหว่างประเทศและส่งผลให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งการดำเนินธุรกิจประกันภัย

ในประเทศไทยมีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประกันภัยในประเภทประกันชีวิตเริ่มต้นมาเมื่อปี พ.ศ.2485 จำนวน 2 บริษัท และต่อมามีการเปิดเพิ่มขึ้นอีก 10 บริษัททำให้เห็นได้ว่าธุรกิจประกันภัย มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นเหตุผลให้ในปี พ.ศ.2510 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติประกันชีวิตและพระราชบัญญัติประกันวินาศภัยเป็นครั้งแรก (กิตติพงษ์ ปาลี, 2550, หน้า 21) คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เผยว่า ภาพรวมธุรกิจประกันภัยครั้งแรก ปี พ.ศ.2558 (ม.ค.- มิ.ย.) มีเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 363,590 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.25 เมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปีก่อนธุรกิจประกันวินาศภัยมีเบี้ยประกันภัยรับรวมอยู่ที่ 103,017 ล้านบาทเติบโตร้อยละ 1.26 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยการประกันวินาศภัยที่มีเบี้ยประกันภัยรับสูงสุด ได้แก่ การประกันภัยรถ จำนวน 59,809 ล้านบาทขยายตัวร้อยละ 0.90 รองลงมา คือ การประกันภัยเบ็ดเตล็ด จำนวน 34,910 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.68 ตามด้วยการประกันอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5,531 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.72 และการประกันภัยทางทะเลและขนส่ง จำนวน 2,767 ล้านบาทขยายตัวร้อยละ 1.90 (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2558, หน้า 5)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจด้านคุณลักษณะบุคลากร คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะบุคลากร คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย ในเขตภาคเหนือตอนบน มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

มุ่งศึกษาคุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน 398 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบุคลากรประสิทธิภาพการให้บริการความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพย์ประกันภัย จำกัด เขตภาคเหนือตอนบน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะอื่นๆ

วิธีรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ใช้วิธีประสานงานผู้จัดการแต่ละสาขา จำนวน 9 จังหวัด ประกอบด้วย พะเยา, น่าน, ลำพูน, แม่ฮ่องสอน, แพร่, ตาก, ลำปาง, เชียงใหม่, เชียงราย ให้นำไปให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละสาขาทดสอบแบบสอบถาม จากนั้นให้ผู้จัดการแต่ละสาขาส่งแบบสอบถามกลับคืน ทำการสำรวจแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่ได้รับกลับคืนมาแล้วทำการวิเคราะห์ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุमानเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยวิธี Enter เพื่อทดสอบตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สรุปผลการวิจัย

ด้านคุณลักษณะบุคลากร

คุณลักษณะบุคลากรต้องเป็นผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมทั้ง กิริยามารยาท กริยาท่าทางต้องยิ้มแย้มแจ่มใสมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้าตลอดจนการปฏิบัติตามพันธะสัญญาตามที่ให้พันธะสัญญาไว้โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมในการแต่งกายของบุคลากรผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด รองลงมา ความรู้ความสามารถตลอดจนกิริยา มารยาทในการนำเสนอข้อมูลต่างๆแก่ลูกค้าและบุคลากรให้บริการด้วยรอยยิ้ม ทักทายด้วยกิริยาและวาจาที่ไพเราะเหมาะสมเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมทั้งในเรื่องของสีสันทน รูปลักษณะในการแต่งกายถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กรประการแรกอีกทั้งในเรื่องการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าภายนอกเป็นเรื่องสำคัญยิ่งเพราะพนักงานต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำและชัดเจนกับลูกค้าไม่รู้จักจะอยู่ในสภาวะอารมณ์ใดก็ตามพนักงานต้องสื่อสารด้วยกิริยามารยาทที่อ่อนน้อมยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าและเป็นนโยบายหลักขององค์กรซึ่งองค์กรได้มีการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพในตัวบุคลากรการให้บริการอยู่เสมอโดยเน้นการบูรณาการงานแบบเป็นทีมซึ่งบุคลากรสามารถปฏิบัติงานแทนกันได้เพื่อความสั่นไหวของกระบวนการทำงานสอดคล้องกับแนวคิดของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 115)

การสร้างความรู้สึกรักถึงการเป็นเจ้าของเพื่อให้บุคลากรมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กร บุคลากรจะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านกระบวนการให้บริการตลอดจนกระบวนการปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งความประทับใจสูงสุด ตลอดจนการมีสัมพันธที่ดีภายในองค์กร เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานซึ่งจะเอื้อต่อการส่งมอบการบริการที่ดีต่อลูกค้า ดังนั้น การบริการข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนแก่ลูกค้าถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่งซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยจักรแก้ว นามเมือง และคณะ (2554, หน้า 29 - 30)

ในด้านองค์ประกอบของงานบริการเพราะคุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพดีคุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการผู้ให้บริการจะต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดีคุณภาพในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาและสัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องหลักการบริการที่ดีไว้ดังนี้ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจ เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยากของผู้นับบริการ คือตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็ว ทันใจโดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำไม่ใช่ว่าแบบเสียไม่ได้ การรักษาภาพลักษณ์ของบุคลากรผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร กิริยามารยาท ความอ่อนโยน สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตนมีมารยาทดี ความกระตือรือร้นและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอรวมถึงการปฏิบัติงานของบุคลากรทั้งนี้การกำหนดนโยบายในการให้บริการการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรหรือพนักงานทุกระดับกระบวนการในการให้บริการรวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการพนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุนซึ่งเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงและบุคลากรหรือพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ในการสนับสนุนงานต่าง ๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนเพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการบริการและสอดคล้องกับหลักการสนับสนุนการบริการที่ดีเลิศ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 115)

การสร้างกระบวนการให้บริการที่มีความเหมาะสมต่อเนื่องเหมาะสมเชื่อมโยงแผนกต่างๆ ไม่ซับซ้อนและไม่ยุ่งยากด้วยเอกสารจะช่วยให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กระบวนการให้บริการจะต้องระบอบอกมาเป็นคู่มือในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตรงกันทุกคนรวมถึงการทำงานเป็นทีม จะทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรมีความง่ายและเป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้นบรรลุลักษณะการส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าบรรยากาศแห่งการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการแก้ปัญหาต่างๆ ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขการทำงานร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญรัตน์ เนียมดวง (2555) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยภาคสมัครใจ ประเภท 1 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัด พิษณุโลกและงานวิจัยของวารินทร์ สิทธิพันธ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท กรุงเทพพาณิชย์ประกันภัย จำกัดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่สรุปว่า ความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพเป็นมิตรความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความปลอดภัย ความรู้จักและเข้าใจลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความสามารถในการให้บริการและการติดต่อสื่อสาร ด้านการเข้าถึงลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการซึ่งเป็นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพเป็นการดำเนินการของผู้ให้บริการในการอำนวยความสะดวกหรือให้การช่วยเหลือ เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้มารับบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน เกิดผลสำเร็จและถูกต้อง ภายใต้ความประหยัด รวดเร็วทันตามกำหนดเวลาและมีคุณภาพ (จิรัชยา อินเริง, 2554, หน้า 14) โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลและบริการมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา สถานที่รับบริการทั่วถึงเพียงพอต่อความต้องการและความถูกต้องและชัดเจนของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สำคัญและเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะองค์การมีนโยบายในการสร้างคุณภาพการให้บริการที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการสูงสุดทั้งในเรื่องการบริการด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความถูกต้อง ชัดเจนและแม่นยำตลอดจนการดูแลเอาใจใส่ติดตามทั้งในเรื่องการร้องเรียนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ สัญญากรรมธรรม์ ค่าชดเชยสินไหมต่างๆ มีความซื่อตรงและชัดเจนสามารถอธิบายได้อย่างแม่นยำ อีกทั้งยังมีการติดตามและเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการหรือลูกค้าปัจจุบันและอนาคตอย่างสม่ำเสมอตลอดจนการคำนึงถึงสถานที่ในการให้บริการต้องมีความสะดวกสบายและทั่วถึงเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับ Crosby (1988, p. 15) คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการและสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการซึ่งสอดคล้องกับจิรัชยา อินเริง (2554, หน้า 14) ซึ่งค้นพบว่า การประชาสัมพันธ์แนะนำการให้บริการเป็นส่วนสำคัญที่เป็นแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งลูกค้าหรือผู้รับบริการย่อมพอใจต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่แต่งกายเป็นระเบียบเรียบร้อย ทักทายลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสดูแลเอาใจใส่ด้วยความอบอุ่น จริงใจ และสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ สภาพแวดล้อมของการบริการกระบวนการให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการย่อมพึงพอใจต่อกระบวนการขั้นตอนการให้บริการที่สั้นกระชับรวดเร็วไม่เยิ่นเย้อ จุกจิกโดยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการแทนการให้บริการโดยการเขียนด้วยมือแบบเดิม สถานที่บริการที่เดินทางไปได้โดยสะดวก เข้าถึงง่าย และมีการกระจายสถานที่ให้บริการอย่างทั่วถึงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพเป็นการดำเนินการของผู้ให้บริการในการอำนวยความสะดวก หรือ ให้การช่วยเหลือ เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้มารับบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน เกิดผลสำเร็จและถูกต้อง ภายใต้ความประหยัด รวดเร็วทันตามกำหนดเวลาและมีคุณภาพ

ดังนั้น ธุรกิจประกันภัยหรือผู้ที่ให้บริการประกันภัยนั้นถือว่า งานประกันภัยเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลผลิตซึ่งสิ่งๆ ผู้ใช้บริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมากทั้งในเรื่องความมั่นคงสัญญาพันธสัญญาต่าง ๆ ตลอดจนการตอบสนองด้านเวลากับการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งกับธุรกิจประกันภัย

ด้านความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พบว่า ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความจำเป็น ครอบคลุมและมีความความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ความเหมาะสมของการกำหนดอัตราค่าบริการและค่าเบี้ยชำระต่อระยะเวลาที่กำหนดและความสะดวกสบายในการจัดสรรพื้นที่ให้บริการ เช่น สถานที่จอดรถหรือสถานที่ตั้ง (Location) เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะเป้าหมายหลักขององค์กรคือผู้ใช้บริการที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป ดังนั้น การคิดอัตราเบี้ยประกันต่าง ๆ จึงมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งสามารถเป็นตัวจูงใจให้ลูกค้าสนใจในการทำประกันมากขึ้น ดังนั้น สถานที่ให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็วซึ่งสอดคล้องกับฉัตรพรเสมอใจ (2548, หน้า 160)

การตลาดบริการ 7Ps ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ สอดคล้องกับฉัตรยาพร เสมอใจ (2548, หน้า 160) การจัดการความพึงพอใจของลูกค้าลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ จะช่วยในการกระจายข่าวแบบปากต่อปากทำให้คนรู้จักมากขึ้นเหมือนการโฆษณาให้บริษัทโดยมีต้นทุนในการดึงดูดลูกค้าใหม่ต่อหน่วยต่ำและมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะผู้ให้บริการวิชาชีพการบอกต่อเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ที่ใช้ในการตัดสินใจ การบอกต่อแบบปากต่อปากด้วยความชื่นชมจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ เป็นการประกันความเสี่ยงจากการเกิดความผิดพลาดในการบริการลูกค้าระยะยาวมีแนวโน้มที่จะให้อภัยกับเหตุการณ์ที่เกิดความผิดพลาดได้มากกว่าเพราะสิ่งดี ๆ ในอดีตจะเป็นสิ่งชดเชยให้ลูกค้ารู้สึกดีอยู่และลูกค้าที่มีความพึงพอใจบริการของเราแล้วจะมีความรู้สึกไวต่อข้อเสนอใหม่ ๆ ของคู่แข่งขึ้นน้อยลงสอดคล้องกับสรศักดิ์ ศรีโสภณ (2550, หน้า 9) ความพึงพอใจในการให้บริการการให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่องและการให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวารินทร์ สิทธิพันธ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทกรุงเทพพาณิชย์ประกันภัย จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และงานวิจัยของธัญญารัตน์ เนียมดวง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันภัยภาคสมัครใจ ประเภท 1 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัดพิษณุโลกที่สรุปว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ศึกษามาตรฐานความคุ้มครองที่ได้รับจากกรมธรรม์และความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของบริษัท ประกันภัยด้านราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสม และผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการให้บริการ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานหรือสาขา มีที่อยู่ชัดเจนน่าเชื่อถือ และ สำนักงานตกแต่งได้สวยงามมีความโดดเด่นปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะบุคลากรมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทพิทยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบนมากที่สุดเพราะบุคลากรเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรใดก็ตามทั้งในด้านของการดำเนินงาน การติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกซึ่งบุคลากรผู้ให้บริการจึงต้องมีกิริยามารยาททั้งการแต่งกายที่จะเป็นภาพลักษณ์สะท้อนองค์กรสร้างความน่าเชื่อถือใน อันดับต้นๆตลอดจนความกระตือรือร้นในการให้บริการ กล่าวคือ บุคลากรผู้ให้บริการต้องมีใจรักในการบริการอย่างยิ่งยวด ควบคุมอารมณ์ได้อย่างเสมอต้นเสมอปลายซึ่งสอดคล้องกับชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 115)

องค์ประกอบของการบริการ ได้แก่ การคัดเลือกเป็นกระบวนการแรกของการสร้างคุณภาพองค์กร 2. การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถและการเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานหรือวิธีการทำงานใหม่ให้บุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไปโดยเฉพาะทางเทคโนโลยี 3. การพัฒนาตนเองเพื่อให้การทำงานมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ 4. จิตใจการบริการ 5. การสร้างวัฒนธรรมการบริหารเริ่มจากนโยบายหลักขององค์กรในการปฏิบัติงานจะต้องเน้นการให้บริการอย่างแท้จริงเน้นให้บุคลากรเห็นความสำคัญของลูกค้าทุกคนเน้นการช่วยเหลือลูกค้าอย่างจริงจัง เน้นการสื่อสารด้วยวาจาที่สุภาพนอบน้อม มีมารยาท ยิ้มแย้มกับลูกค้าในทุกสถานการณ์ 6. สร้างความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของเพื่อให้บุคลากร มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กร 7. มีสัมพันธที่ดีภายในองค์กรเพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานซึ่งจะเอื้อต่อการส่งมอบการบริการที่ดีต่อลูกค้าสอดคล้องกับวารินทร์ สิทธิพันธ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทกรุงเทพพาณิชย์ประกันภัย จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปว่า ปัจจัย ด้านความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจด้านความปลอดภัย ด้านความรู้รักและเข้าใจลูกค้าและด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความสามารถในการให้บริการและการติดต่อสื่อสาร ด้านการเข้าถึงลูกค้าด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ด้านคุณลักษณะบุคลากร

จากการศึกษา พบว่า ความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการให้พันธะสัญญาต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นนี้ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุดโดยจัดการฝึกอบรมตลอดจนการทำ workshop ด้านการพัฒนาบุคลากรให้ได้ประสิทธิภาพให้บ่อยขึ้นอย่างน้อยครั้งละ 1 เดือน การจัดอบรมตลอดจนการประชุมวิชาการเกี่ยวกับธุรกิจประกันภัยอย่างสม่ำเสมอทั้งการให้รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานตลอดจนสร้างความตระหนักในการมีใจเป็นบริการเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการมากยิ่งขึ้นซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าได้และสามารถสร้างความมั่นใจ เชื่อในการเลือกใช้บริการแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2. ด้านคุณภาพการให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า การใส่ใจ ติดตามเรื่องราวต่างๆ ทั้งก่อนและหลังการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นนี้ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุดโดยการฝึกอบรมและมอบประกาศนียบัตรเพื่อจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการศึกษาเรียนรู้ในเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะนำมาใช้ในกระบวนการการทำงานตลอดจนอบรม และ workshop การใช้ทักษะการสื่อสารโดยฟังบรรยายจากนักวิชาการ ผู้มีประสบการณ์ด้านวิชาชีพ หรือผู้ที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพนั้น ๆ โดยการรวมบุคลากรจากหลาย ๆ แผนกเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันทั้งนี้เพื่อสร้างความเป็นกันเองตลอดจนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันซึ่งวิธีนี้จะสามารถเพิ่มความกระตือรือร้นตลอดจนสร้างความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยมาปรับใช้ในกระบวนการให้บริการได้อย่างแม่นยำและไม่มีข้อผิดพลาด ทั้งนี้ จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นไป

3. ด้านความพึงพอใจ

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการแสดงออกตลอดจนจิตสำนึกในการเป็นผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นนี้ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุดโดยการส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับความสำเร็จธุรกิจประกันชีวิตต่างทั้งไทยและต่างประเทศเพื่อสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ให้บริการทั้งการให้รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานตลอดจนสร้างความตระหนักในการมีใจเป็นผู้บริการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธีรจิต นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
- นิติพล ภูตะโชติ. (2549). *การบริหารงานขาย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฟิลิป คอตเลอร์ สายฟ้า พลวายุ แบล. (2542). *การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บี ซี เนส เพรส.
- มัลลิกา ต้นสอน และคณะ. (2545). *CRM การบริการลูกค้าสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- มาร์ค, แบลร์, ริชาร์ด, อาร์มสตรอง และไมค์, เมอร์ฟี. (2548). *การสร้างแบร์แบบ 360 องศาในเอเชียวิธีการสร้างการสื่อสารทางการตลาดที่ได้ผลกว่า*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- วิทยา ดำนังรังกุล. (2545). การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า : อะไรและอย่างไร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 95, 81-95
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชัยสมพร ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วีรพงษ์ เอลิมจิรรัตน์. (2539). *คุณภาพในการบริการ (Quality In Service)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอลบุ๊คส์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และศุภร เสรีรัตน์. (2534). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.