

ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

An Efficiency of the Customer Service in the Car Insurance Business

ชนะกานต์ แพน้อย¹ นีวรรตน์ วิจิตรกุลสวัสดิ์² ฐันนศักดิ์ บวรนนท์กุล³
Chanakan Paenoi¹ Nivarat Wijitkulsawat² Tanansak Borwornnuntakul³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่ร้องเรียนการใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ จำนวน 373 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-35,000 บาท
2. ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านอื่น ๆ ที่จำเป็น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

¹นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

³คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

3. ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ พบว่า การได้รับบริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และตรงไปตรงมา มีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างนี้ คือ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า และการสื่อสารในการปรับปรุงข้อร้องเรียนของลูกค้า และจัดทำแผนยุทธศาสตร์การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การให้บริการ ลูกค้า ประกันภัยรถยนต์

Abstract

The objective of this study was to investigate the efficiency of customer service delineate the factors related with such service in the car insurance business including exploring problems and obstacles. Three hundreds and seventy three customers who had complained within car insurance business. Questionnaire was the tool for data collecting. Data was analysis through *t*-test and F-test statistical approach.

The research results had revealed as follow,

1. Most of the respondent was female age between 41-50 years, marriage, bachelor degree and income between 30,001-35,000 baht per month.

2. As of the efficiency of service it was found that efficiency in service was at the moderate level in all aspects. The customer had been treated equally and fastly in insurance services. As while the problems and obstacles were the potentials and custom communication of the employee in insurance company.

3. Within the independent factors, the personnel factors was the customer's income Recommendation for this study are to setup the process the service approach, train continuingly on customer service and communication, improve the customer's complaint and make the strategic plan for service.

Keywords : service, customer, car insurance

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันยานพาหนะถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการช่วยอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมืองที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้รถส่วนตัวกันมากขึ้น ทำให้จำนวนรถยนต์บนท้องถนนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่า ยอดสถิติการเกิดอุบัติเหตุบนยานพาหนะมีอัตราแนวโน้มที่สูงขึ้นในทุก ๆ ปีเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากข้อมูลสถิติของ ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ ThaiRSC ที่ระบุว่า ในปี 2558 มียอดผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บรวมทั้งสิ้น 672,277 คน ปี 2559 มียอดผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บรวมทั้งสิ้น 841,095 คน และในช่วงต้นปี 2560 ที่ผ่านมา มียอดผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บไปแล้วกว่า 21,289 คน นั่นจึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้ขับขี่ต่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการจากบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่สามารถคุ้มครองทั้งตัวรถและตัวผู้ขับขี่ได้อย่างดีที่สุด (ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ Thai RSC, 2560)

ธุรกิจประกันภัยรถยนต์เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัท โดยจะต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ) เพื่อให้บริการในการคุ้มครองดูแลทั้งตัวรถและผู้เอาประกัน ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยในปี 2559 มีรายชื่อของบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ

ประกันภัย (คปภ) จำนวนทั้งสิ้น 61 บริษัท ซึ่งแต่ละบริษัทต่างมีสาขาต่าง ๆ กระจายตามแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศ ทำให้แต่ละองค์กรต้องดึงศักยภาพของตนเองออกมาใช้ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่าไว้ให้ได้มากที่สุด และหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญคือการให้บริการลูกค้า ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจการให้บริการประกันภัยรถยนต์ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2559)

การให้บริการของบริษัทประกันภัยรถยนต์นั้น เป็นการให้ความสำคัญคุ้มครองตั้งแต่ตัวรถยนต์ไปจนถึงตัวผู้ขับขี่รถยนต์ โดยเริ่มคุ้มครองตั้งแต่ผู้เอาประกันภัยเลือกใช้บริการกับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยมีการจ่ายค่าประกันภัยเพื่อการคุ้มครองอุบัติเหตุเป็นรายปีตามอัตราค่าใช้จ่ายและเงื่อนไขของแต่ละบริษัท และเมื่อผู้เอาประกันภัยเกิดอุบัติเหตุขึ้น บริษัทประกันภัยต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลและคุ้มครองผู้เอาประกันภัยตามที่ได้ทำการตกลงกันไว้ ซึ่งกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินงานแต่ละครั้งนั้น จะมีช่วงระยะเวลาในการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพของแต่ละบริษัทประกันภัย ดังนั้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า

การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อลูกค้าและธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยกระบวนการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์นั้น มีขั้นตอนและกระบวนการทำงานที่หลากหลายกิจกรรมรวมกัน เช่น เมื่อรถยนต์เกิดอุบัติเหตุชนกันจนได้รับความเสียหาย ก็ต้องได้รับการซ่อมแซมให้กลับมาอยู่ในสภาพเดิมหรือพร้อมใช้งานได้ตามปกติ โดยบริษัทประกันภัยจะต้องเข้ามาดูแล ประเมินความเสียหาย และสั่งอะไหล่ให้อู่หรือศูนย์รถยนต์ที่ดูแลทำการซ่อมแซมให้เรียบร้อย ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวถือเป็นกระบวนการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญอันจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า หากมีจุดใดจุดหนึ่งเกิดปัญหาขัดข้องย่อมส่งผลกระทบต่อเนื่องกันทั้งระบบ

ดังนั้น การให้บริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งต่อลูกค้าและองค์กร โดยกระบวนการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัย รถยนต์นั้น มีขั้นตอนและกระบวนการทำงานที่หลากหลายกิจกรรมรวมกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า อาทิ การบริการที่ รวดเร็ว สะดวกสบาย ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล และการเอาใจใส่ รวมถึง การบริการด้วยใจหรือ Service Mind ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยหลักที่องค์กรควร ทำการวิเคราะห์ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อที่องค์กรจะสามารถ สร้างจุดเด่นของตนให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึง เอาชนะใจลูกค้าได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัย รถยนต์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ของธุรกิจประกันภัยรถยนต์
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้ บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ลูกค้าผู้รับบริการเนื่องจากเป็นผู้ที่มีความ เกี่ยวข้องกับการให้บริการของธุรกิจประกันภัยรถยนต์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาที่หลักการบริการ ลูกค้า ประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ ลูกค้า
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัยนี้เฉพาะในเขต กรุงเทพมหานคร

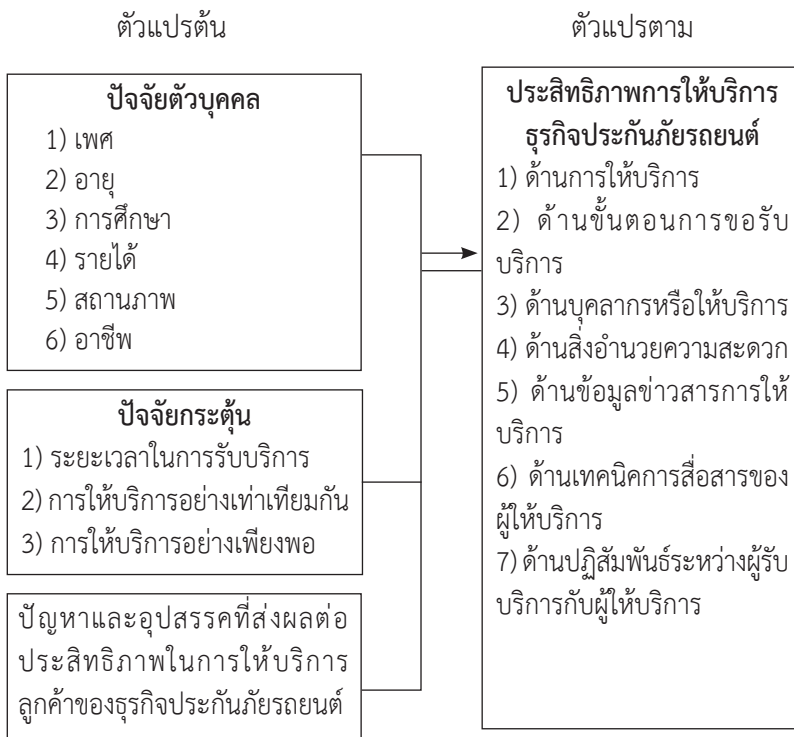
สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
6. ลูกค้าได้รับการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
7. ลูกค้าที่มีช่วงระยะเวลาที่ได้รับบริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
8. ลูกค้าได้รับจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน
9. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการให้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์
4. ทำให้ธุรกิจการประกันภัยรถยนต์มีข้อมูลสำหรับการพัฒนาการบริการให้กับลูกค้าที่ดีมากขึ้น

กรอบแนวคิดการศึกษา



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์กรณีศึกษา ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าที่ร้องเรียนการใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ จำนวน 5,453 คน (ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ปี 2560)

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างประชากร โดยใช้วิธีสุ่มแบบลำดับชั้นตามอัตราส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ซึ่งมีความเชื่อมั่น 95% หรือยอมให้เกิดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 โดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) จากประชากร 5,453 คน แทนค่าในสูตรจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง 373 คน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ

- ศึกษาค้นคว้า เอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- สร้างแบบสอบถามแบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 อันดับ (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)
- เมื่อสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยเสร็จแล้วได้นำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOW ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน โดยวิธีการหาค่าร้อยละและบรรยายประกอบตาราง

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยกระตุ้นที่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยแสดงจำนวน ร้อยละของปัจจัยกระตุ้นที่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์กรณีศึกษา โดยหาค่าสถิติพื้นฐาน ด้วยค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการทดสอบค่าสถิติที (t -test) และค่าสถิติเอฟ (F -test) ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. แบบสอบถามตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยหาค่าสถิติพื้นฐาน ด้วยค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยการทดสอบค่าสถิติที (t -test) และค่าสถิติเอฟ (F -test) ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. วิเคราะห์อิทธิพลของปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) โดยวิธีนำเข้า (Enter)

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ในภาพรวมจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t -test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบ 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง พบว่าได้ค่า (t) เท่ากับ -0.307 และค่า (Sig.) เท่ากับ $.626$ ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F -test (One Way Analysis Of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่าได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 1.182 ค่า (Sig.) เท่ากับ $.316$ ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H_1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One Way Analysis Of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีคำตอบมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่าได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 1.439 ค่า (Sig.) เท่ากับ .238 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีด้านสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One Way Analysis Of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีคำตอบมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่าได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ .268 ค่า (Sig.) เท่ากับ .848 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ลูกค้ำที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One Way Analysis Of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่าได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 4.790 ค่า (Sig.) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้ำที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ลูกค้ำได้รับการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบลูกค้ำที่ได้รับการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงานกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบ 2 กลุ่ม คือ โดยเท่าเทียมกัน และไม่เท่าเทียมกัน พบว่าได้ค่า (t) เท่ากับ 1.125 ค่า (Sig.) เท่ากับ .126 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H_1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้ำที่ได้รับการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ำของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ระยะเวลาที่ได้รับบริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบระยะเวลาที่ได้รับบริการกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One Way Analysis Of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่าได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 1.137 ค่า (Sig.) เท่ากับ .322 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้าได้รับบริการในระยะเวลาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 ลูกค้าได้รับจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบลูกค้าได้รับจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในภาพรวม จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่มีค่าตอบ 2 กลุ่ม คือ เพียงพอ และไม่เพียงพอ พบว่าได้ค่า (t) เท่ากับ 1.092 ค่า (Sig.) เท่ากับ .549 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 และไม่ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย แสดงว่า ลูกค้าได้รับจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9 ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ มีค่าความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ เท่ากับ 0.907 ($R = .907$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ตัวแปรมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ เท่ากับ 0.823 ($R^2 = .823$) แสดงว่า ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ได้ร้อยละ 8.23 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 2.69 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 9

โดยสรุป สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ เมื่อทราบค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ 0.460 ทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบ (B) และทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์	ยอมรับสมมติฐาน (beta = .907, $p < .05$)

อภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล

ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.3 สอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจมา แจ่มเวชฉาย (2559) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น

ร้อยละ 74.1 โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.9 ไม่สอดคล้องกับ ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 ซึ่งมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 43.7 สอดคล้องกับการศึกษาของ นัฏทิธร จักรแก้ว (2557) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ลอว์เฟาเวอร์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.91 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.7 ไม่สอดคล้องกับ ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล (2554) ศึกษาคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาลในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.0 ซึ่งรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.5 ใกล้เคียงกับ นรารัตน์ อ่อนศรี (2554) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท

ปัจจัยกระตุ้นที่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ปัจจัยด้านการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงาน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ส่วนใหญ่ได้รับการปฏิบัติในการให้บริการจากพนักงานโดยเท่าเทียมกัน คิดเป็นร้อยละ 69.7 สอดคล้องกับหลักการให้บริการของกองวิชาการและแผนงาน กลุ่มงานวิจัยและประเมินผล เทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ต้องการเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างเท่าเทียม และยังคงสอดคล้อง

กับ มิลเลทท์ ว่า ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้า มีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความ ไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการรับบริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจ ประกันภัยรถยนต์ ส่วนใหญ่ได้รับการในเวลา 20 นาทีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.5 สอดคล้องกับมาตรฐานการต้อนรับผู้รับบริการ กล่าวคือ ต้องให้บริการ ภายในเวลาที่กำหนด หากดำเนินการไม่ได้ต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้รับบริการทราบ ด้วยวาจาที่สุภาพ นอกจากนี้ หัวใจการบริการจะต้องมีความรวดเร็วทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการณ์แข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของ ทุกฝ่าย ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลา รอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า และสอดคล้องกับ Millett (1954) การให้ บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานจะ ถือว่าไม่มี

ปัจจัยด้านจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ส่วนใหญ่ได้รับการให้บริการและสถานที่ให้ บริการอย่างเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 61.4 สอดคล้องกับ Millett (1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจ ในการให้ บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง ประการหนึ่งคือ การให้บริการ อย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ต้องมี ลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location)

ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์

ด้านการให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.194$ S.D. = 0.796) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 1 การได้รับบริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ ตรงไปตรงมา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.587$ S.D. = 1.143) สอดคล้องกับ สมิต สัมภูกร (2548). ศิลปะการให้บริการ ได้กล่าวถึงการบริการอย่างรู้ใจว่าต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างถูกต้อง และมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว ตามที่ผู้รับบริการต้องการ

ด้านขั้นตอนการขอรับบริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.226$ S.D. = 0.860) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 2 การมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.343$ S.D. = 1.090) สอดคล้องกับการศึกษาการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู ปีงบประมาณ 2555 ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีความชัดเจน อยู่ในระดับพอใช้ ($\bar{x} = 3.50$ S.D. = 0.67)

ด้านบุคลากรหรือให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.620$ S.D. = 0.663) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 4 เจ้าหน้าที่ให้บริการต่อท่านโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.300$ S.D. = 1.050) ไม่สอดคล้องกับกาญจนา มาส ข่านาญกิจ (2555) ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.52) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการระดับดีมาก ตามลำดับก่อน

หลัง เช่น ผู้มาก่อนได้รับการบริการก่อนเป็นต้นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.64) รองลงมาได้แก่การให้ความเสมอภาคเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย = 3.61)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.429$ S.D. = 0.676) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 1 สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการเดินทางมารับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.281$ S.D. = 1.017) ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู ปีงบประมาณ 2555 ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สถานที่ให้บริการ สะอาด และเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ฯลฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ($\bar{x} = 3.47$) ด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.160$ S.D. = 0.744) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 2 มีข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ทันท่วงที เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.354$ S.D. = 1.079) สอดคล้องกับหลักการพัฒนาคุณภาพบริการของประเทศอังกฤษและไอร์แลนด์เหนือในปี ค.ศ. 1991 รัฐบาลอังกฤษได้ใช้หลักการที่เรียกว่า The Citizen's Charter เป็นแกนหลักในการให้บริการสาธารณะในปี ค.ศ. ที่ 1990 โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือยกมาตรฐานการบริการสาธารณะให้เหนือกว่าการบริการที่ดีที่สุดที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีหลักการสำคัญประการหนึ่งเกี่ยวกับ Information ต้องมีข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ทันท่วงที เข้าใจง่าย พิมพ์เผยแพร่ เป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ในการให้บริการ

ด้านเทคนิคการสื่อสารของผู้ให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.943$ S.D. = 0.6634) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 3 เจ้าหน้าที่พูดด้วยถ้อยคำสุภาพ ให้เกียรติผู้ร่วมสนทนา โดยไม่คลุมเครือหรือใช้

คำศัพท์ที่ไม่เป็นที่เข้าใจของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.542$ S.D. = 1.181) ซึ่งใกล้เคียงกับ วิทยา ด้านอารมณ์ (2547) ได้กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพจะนำมาซึ่งความพอใจของลูกค้าและกำไรที่ยั่งยืน โดยได้กำหนดนิยามของเงื่อนไขหรือกิจกรรมที่จะนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจของการให้บริการสมัยใหม่ ว่า V-SERVE ซึ่งเป็นการเปลี่ยนเสียงมาจาก “We serve” หรือ “เราบริการ” ประการหนึ่งว่า Skill หรือทักษะในการให้บริการ พนักงานบริการต้องได้รับการฝึกฝนในการให้บริการที่น่าประทับใจแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการสื่อสาร ทักษะในการจัดการการรับข้อร้องทุกข์ของลูกค้า รวมไปถึงการใช้คอลล์เซ็นเตอร์ในฐานะเครื่องมือสมัยใหม่เพื่อการบริการลูกค้า

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.010$ S.D. = 0.902) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 3 เจ้าหน้าที่/บริษัท สามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.099$ S.D. = 1.010) สอดคล้องกับ กระบวนการให้บริการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 1-7 (2545) กล่าวคือการบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนและองค์ประกอบเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในการที่ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจ ประกันภัยรถยนต์

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ($n = 373$) พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.207$ S.D. = 0.749) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ 2 ท่านคิดว่าเจ้าหน้าที่ควรได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.587$ S.D. = 1.143) ใกล้เคียงกับการศึกษาของทรงฤทธิ์ ฉิมโหมด (2557) ศึกษาการพัฒนาคู่มือการฝึกอบรมเสริมทักษะการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนที่รับจ้างทั่วไปบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พุทธศักราช 2557 จากการวิเคราะห์ที่ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล 6 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ คือ 5 คน พุดในลักษณะเดียวกันว่าโดยปกติแล้วทราบดีว่าลักษณะการสื่อสารที่ดี บทสนทนาที่ควรพูดอวัจนภาษาที่ควรใช้นั้นเป็นเช่นไร แต่ไม่ค่อยระวังในการใช้สื่อสารจริง ๆ สักเท่าใดนักเนื่องจากใช้เป็นประจำทุกวันจนเคยชิน อีกทั้งยังไม่เห็นถึงความสำคัญว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เพราะโดยภาพรวมแล้วก็ยังคงมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ชายหาดชะอำอย่างต่อเนื่อง จึงไม่ค่อยใส่ใจเรื่องการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากนัก แต่การที่มีการทำวิจัยครั้งนี้ขึ้นช่วยให้พวกเขาได้ตระหนักหันมาใส่ใจ และระมัดระวังเรื่องการใช้อวัจนภาษาและอวัจนภาษามากขึ้น และมีความคิดเห็นตรงกันว่า การสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวย่อมมีผลดีในระยะยาวต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ชายหาดชะอำและแน่นอนว่ามีผลโดยตรงต่ออาชีพของพวกเขาแต่มีข้อมูลที่นำเสนอจากผู้ให้ข้อมูล 1 ท่านว่าก่อนหน้านี้ไม่ทราบมาก่อนว่าควรใส่ใจเรื่องอวัจนภาษา เช่น ระยะห่างระหว่างผู้พูดกับนักท่องเที่ยว หรือแม้แต่กลิ่นน้ำหอม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ด้านการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

2. ด้านขั้นตอนการขอรับบริการ จากการศึกษาพบว่า ควรมีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการที่แน่นอน เพื่อให้ขั้นตอนในการให้บริการที่มีความยุ่งยากต่อการรับบริการน้อยลงและใช้เวลาในการติดต่อน้อย ตรงต่อเวลา มีความรวดเร็วในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการ

3. ด้านบุคลากรหรือให้บริการ จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหา เนื่องจากการให้คำปรึกษา แนะนำ มีขอบข่ายกว้างขวาง เจ้าหน้าที่ผู้ให้คำปรึกษาจำเป็นต้องรู้หลักการและเทคนิคในการให้คำปรึกษา ระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงานเกี่ยวกับความต้องการของคน พฤติกรรมศาสตร์ แรงจูงใจ เป็นต้น

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษาพบว่า ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพักรอให้เพียงพอผู้รับบริการ

5. ด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ทันการ เข้าใจง่ายให้แก่ประชาชนผู้รับบริการให้ทั่วถึง

6. ด้านเทคนิคการสื่อสารของผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ระหว่างการสนทนา เจ้าหน้าที่ควรแสดงความคิดเห็นเสริม หรือโต้ตอบตามสมควร ซึ่งอย่าผูกขาดการสนทนาแต่ผู้เดียว ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ควรทำตัวเป็นเพียงผู้รับฟังเฉย ๆ ควรซักถามหรือพูดโต้ตอบในช่วงที่เหมาะสมเพื่อแสดงว่าเป็นผู้ฟังที่ดี และสนใจเรื่องที่กำลังสนทนาอยู่

7. ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ควรเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นลูกค้าผู้รับบริการ ซึ่งการสื่อสารที่ดีที่สุดมักเกิดขึ้นจากการที่เจ้าหน้าที่รู้จักและเข้าใจลูกค้าผู้รับบริการ ควรรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่และการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าผู้รับบริการด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษารังต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ที่ยังไม่ได้นำมาพิจารณา ซึ่งหากมีการวิเคราะห์ปัจจัยย่อยที่ละเอียดมากขึ้นจะสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์ในการให้บริการในธุรกิจประกันภัยได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยประเภทอื่น เพื่อให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจประกันภัยในภาพรวม แล้วนำไปสู่การยกระดับการให้บริการและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

3. ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาความจริงจากประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจประกันภัยรถยนต์ และสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามความเป็นจริง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุการณ์กับสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Insight) ละเอียดยิ่ง และลึกซึ้งมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กำพล แก้วสมนึก. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พีริซัน ทูลส์เซอร์วิส (ประเทศไทย). การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ : ปทุมธานี.
- กาญจนามาส ชำนาญกิจ. (2555). ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก : กรณีศึกษาของคํการบริการส่วนตำบลหลักช้างอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2555 หน้า 1-35.
- ชนะดา วีระพันธ์. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี.
- นรารัตน์ อ่อนศรี. (2554). คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ. การค้นคว้าอิสระของหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี.
- นัฐิธร จักรแก้ว. (2557). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ลอว์เฟาเวอร์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

- เบญจมา แก้วเวชฉาย. (2559). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปทุมธานี.
- พรพมลี คงฉิม. (2554). **การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด.** สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- วิบูลย์ เผือกฉุย. (2559). **ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี.** วารสารเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ปีที่ 6 ฉบับที่ 10 มกราคม-มิถุนายน 2559. หน้า 57-70.
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2554). **คุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาลในเขตจังหวัดปทุมธานี.** การค้นคว้าอิสระของหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- สมิต สัจฉกร. (2548). **ศิลปะการให้บริการ.** กรุงเทพฯ : วิทยุชน.
- สรานันท์ อนุชน. (2556). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการที่ห้องอุบัติเหตุฉุกเฉิน โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า วารสารพยาบาลทหารบก ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 (ก.ย.-ธ.ค.) 2556.** หน้า 159-169.
- สุรพงษ์ อีระภาพ. (2558). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัททรัพย์ธานี เครื่องจักรกล จำกัด จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย ฉบับที่ 3 เมษายน - กรกฎาคม 2558 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์** หน้า 1-12.