

**การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการลูกค้าโดยใช้หลักการสุนทรียสาธก
ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น**
**THE DEVELOPMENT OF CUSTOMER SERVICE QUALITY THROUGH
APPRECIATIVE INQUIRY FOR BANGKOK INSURANCE PUBLIC COMPANY
LIMITED, KHON KAEN BRANCH**

ฉัญวัชร พรสุวรรณนา¹
สุภูมิวิทย์ ไสยโสภณ²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการลูกค้าโดยใช้หลักการสุนทรียสาธกของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งเพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า นำมาสู่แผนกลยุทธ์และโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาโดยใช้หลักการสุนทรียสาธก กล่าวคือเริ่มค้นหาประสบการณ์เชิงบวกโดยการสัมภาษณ์ลูกค้าสองกลุ่ม ดังนี้ กลุ่มลูกค้าที่ทำประกันภัยกับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น จำนวน 25 ราย และกลุ่มลูกค้าที่ทำประกันภัยกับบริษัทประกันวินาศภัยอื่นจำนวน 25 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดสตรัสตีท แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7P's) และการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัทโดยใช้เทคนิคสออาร์ (SOAR Analysis) จากนั้นผ่านเข้าสู่กระบวนการสุนทรียสาธก (4-D) ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า มี 6 โครงการที่สามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าของสาขาขอนแก่นจนทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดและส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 12.44%

คำสำคัญ: สุนทรียสาธก บริษัทประกันวินาศภัย แนวคิดสตรัสตีท แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด สออาร์

Abstract

This study concerns about developing the quality of customer services through appreciative inquiry for Bangkok Insurance Public Company Limited in Khon Kaen Branch. The research's aims are to study the company's operations together with to explore positive customer experiences, which hence lead to the action plan and the projects to develop the quality of customer services. It was conducted based on appreciative inquiry principle. Positive customer experiences were gathered by interviewing from two groups of customers: 25 of the company's customers and 25 of other companies' customers. The collected data were analyzed based on several principles which are DISC personality principle applied to study customers' characteristics, marketing Mix: 7P's principle and SOAR analysis which was applied to analyze operating conditions of the company. The analyzed results were then investigated through the process of appreciative inquiry. It was revealed that all of the six projects can improve the development of customer service quality for Khon Kaen Branch until they have the most satisfaction and sale rate was increased by 12.44%.

Keywords: Appreciative Inquiry, Insurance Companies, DISC Personality, Marketing Mix: 7P's, SOAR

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail: Thanyawat_Dome@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ธุรกิจประกันวินาศภัยมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำรงชีวิต เพราะการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันมีโอกาสเกิดความเสี่ยง ที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นธุรกิจประกันวินาศภัยจะเป็นเครื่องช่วยรับประกันความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต แต่เนื่องจากในช่วงภาวะเศรษฐกิจ 5 ปีที่ผ่านมาได้เกิดภาวะเศรษฐกิจแบบชะลอตัวอย่างต่อเนื่องทำให้ประชาชนมีการประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายการทำประกันภัย และส่งผลให้บริษัทประกันวินาศภัยหลายบริษัทมียอดขายลดลง และทำให้เกิดการแข่งขันกันด้านราคามากขึ้น

บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่นไม่ได้เน้นกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคา เพราะเป็นบริษัทที่อยู่ในลำดับต้นๆของอุตสาหกรรมธุรกิจประกันวินาศภัย จะเน้นการรับประกันภัยที่มีคุณภาพ มีบุคลากรคุณภาพรู้รอบด้านประกันภัย มีสินค้าและบริการที่หลากหลายตรงใจลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ดังนั้น ในฐานะผู้ศึกษาเป็นพนักงานบริษัทแห่งนี้ จึงสนใจศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการลูกค้า โดยไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคา เน้นความต้องการของลูกค้า และในการศึกษาครั้งนี้ใช้หลักการสุนทรียสาธกซึ่งเป็นการค้นหาข้อดีในองค์กรรวมถึงประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า เพื่อให้ได้โครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น
2. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกถึงความประทับใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยต่างๆ
3. เพื่อประเมินโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาประเภทเชิงบรรยาย เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการลูกค้าของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น โดยใช้หลักการสุนทรียสาธก เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวก รวมถึงการวิเคราะห์รวมกับการวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยใช้แนวคิดสัตรีทัศน์ การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าตามหลักส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และแนวคิดความพึงพอใจลูกค้าซึ่งมีวิธีการดำเนินการศึกษาประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น
การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานได้วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคสออาร์ (SOAR Analysis) โดยสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาขอนแก่น ซึ่งสออาร์เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง นำจุดแข็งมาประเมินหาโอกาส และนำข้อมูลจากโอกาสมาสร้างแรงบันดาลใจ และสุดท้ายนำมาประเมินหาผลลัพธ์ซึ่งสามารถวัดผลได้ [1]
2. การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกถึงความประทับใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยต่างๆ

การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกได้วิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกด้วยการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยเป็นคำถามเชิงบวกแบบปลายเปิด ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้น

นำคำถามมาสัมภาษณ์ลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเข้าสู่กระบวนการสุนทรียสาธก (4-D) ดังนี้

การค้นหา (Discovery) หมายถึง การค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดถึงความประทับใจในการเข้ารับบริการ บริษัทประกันวินาศภัยต่างๆ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์บุคลิกภาพตามแนวคิดสัตรีทัศน์ซึ่งได้แก่ กระตือรือร้น หนู หมี และอินทรี [2] อีกทั้งนำมาหาจุดร่วม และจุดโดดเด่นของแต่ละบุคลิกภาพ และนำความประทับใจจากการเข้ารับบริการที่ได้จากจุดร่วม และจุดโดดเด่นของแต่ละบุคลิกภาพมาวิเคราะห์สรุปจุดร่วมและจุดโดดเด่นตามหลักการส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยทำการสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 50 ราย

2.2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

คำถามข้อที่ 1 ความประทับใจมากที่สุดของท่านสำหรับการมาเข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยแห่งนี้

คำถามข้อที่ 2 ท่านอยากให้มีการบริการแบบไหนกับตัวท่านที่จะทำให้ท่านมีความประทับใจที่สุด

การวาดฝัน (Dream) หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกหรือความประทับใจในการเข้ารับบริการจากจุดร่วมและจุดโดดเด่นนำมาสร้างเป็นวิสัยทัศน์และกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น

การออกแบบแผน (Design) หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกและการวาดฝัน มาออกแบบกลยุทธ์และโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้า

การลงมือทำให้ถึงเป้าหมาย (Destiny) หมายถึง การดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และโครงการที่ตั้งไว้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ให้กับองค์กร [3]

3. การประเมินโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้า

วัดผลการประเมินโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าโดยวัดความพึงพอใจการให้บริการลูกค้าโดยแจกแบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการจำนวน 30 รายทั้งก่อนทำโครงการและหลังจากที่ทำโครงการแล้ว

ผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาขอนแก่นเพื่อค้นหาจุดแข็งขององค์กร โอกาส สิ่งที่ต้องการอยากให้บริการบริษัทเป็น รวมถึงผลลัพธ์ที่สามารถวัดผลได้ รวมถึงสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่นจำนวน 25 ราย และสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยอื่นๆจำนวน 25 ราย เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกถึงความประทับใจในการเข้ารับบริการ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่นโดยใช้เทคนิคสออาร์ (SOAR Analysis)

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาขอนแก่นทำให้ทราบถึงจุดแข็งขององค์กร โอกาส สิ่งที่ต้องการให้บริษัทเป็น และผลลัพธ์ที่สามารถวัดผลได้ ดังนี้

จุดแข็งขององค์กร คือ การมีศูนย์ซ่อมและอู่รวมถึงโรงพยาบาลในสัญญาเกือบทุกจังหวัดเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าแต่ละจังหวัด สร้างความประทับใจในการให้บริการด้วยการบริการที่รวดเร็วและมีพนักงานที่มีคุณภาพและมีความรู้รอบด้านประกันภัย และสำนักงานมีความสะอาดทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดี อีกทั้งเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าโดยเปิดบริการที่บูธ เซนทรัลพลาซ่าขอนแก่น

โอกาส คือ เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงินและอยู่ในลำดับต้นของอุตสาหกรรมธุรกิจประกันวินาศภัย อีกทั้งมีช่องทางบริการการขายที่หลากหลาย รวมถึงใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

สิ่งที่อยากให้บริษัทเป็น คือ บริษัทต้องมุ่งเป็นที่สุดในใจลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

ผลลัพธ์ คือ ลูกค้ามีความพึงพอใจจากการให้บริการมากที่สุดจนทำให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และส่งผลให้มียอดขายต่อเดือนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปีที่แล้ว ดังตารางที่ 1

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกถึงความประทับใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการบริษัทประกันวินาศภัยต่างๆโดยใช้หลักการกระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry)

จากการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกโดยใช้หลักการกระบวนการสุนทรียศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหา (Discovery) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าจะสามารถแบ่งบุคลิกภาพตามแนวคิดสตีวี่ ลีทิสได้ดังนี้ กระทั่งจำนวน 16 ราย หนูจำนวน 20 ราย หมีจำนวน 3 ราย และอินทรีจำนวน 11 ราย จากนั้นสามารถนำสิ่งที่เห็นจุดร่วม และจุดโดดเด่นของแต่ละบุคลิกภาพมาสรุปตามหลักส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ มีสินค้าและบริการที่หลากหลายรวมถึงมีความคุ้มครองวงเงินประกันภัยสูง และมีการบริการดี สะดวก รวดเร็ว ด้านราคา คือ มีสินค้าประกันภัยที่ราคาต่ำเบี้ยประกันภัยถูก ด้านสถานที่บริการ คือ สถานที่ตั้งหาง่าย มีความสะดวกในการจอดรถ ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ คือ มีแจกของแถมและให้ส่วนลดพิเศษรวมถึงการชำระเงินมีแบบผ่อนชำระ 0% ได้ ด้านผู้ให้บริการ คือ มีพนักงานมาต้อนรับหน้าร้านและพูดคุยแบบกันเองสามารถให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และรายละเอียดได้ชัดเจน ด้านกระบวนการบริการ มีช่องทางการบริการที่หลากหลายและมีบริการส่งถึงบ้านเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า และด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ สำนักงานมีความสะอาด มีห้องรับรองลูกค้า มีบริการขนมและเครื่องดื่ม

ขั้นตอนที่ 2 การวาดฝัน (Dream) จากการค้นหาการวาดฝันถึงการบริการที่ลูกค้าอยากให้เกิดขึ้นตามแต่ละบุคลิกภาพของแนวคิดสตีวี่ ลีทิส จะนำมาสู่วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายขององค์กร ค้นพบว่าผู้มีบุคลิกภาพเป็นกระต่าย ชอบการบริการที่มีความสะดวก ไม่ยุ่งยาก ผู้มีบุคลิกภาพเป็นหนู ชอบให้มีพนักงานมาบริการอย่างใกล้ชิด ผู้มีบุคลิกภาพเป็นหมี ชอบพนักงานที่ใส่ใจลูกค้าเป็นพิเศษ และผู้มีบุคลิกภาพเป็นอินทรี ชอบให้มีทางเลือกในการเข้ารับบริการที่หลากหลายเพราะต้องการความสะดวกมากที่สุด จากการค้นหานำมาสู่วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายขององค์กร ดังนี้ วิสัยทัศน์ คือ เป็นบริษัทที่มุ่งเป็นที่สุดในใจลูกค้า และดูแลคุณทุกอย่างก้าว พันธกิจ คือ พัฒนาคุณภาพการบริการสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ และเป้าหมายขององค์กร คือ สร้างความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด จนทำให้มีลูกค้าเข้ามาทำประกันภัยมากขึ้น และส่งผลให้มียอดขายต่อเดือนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปีที่แล้ว

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบแผน (Design) จากการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกถึงความประทับใจการเข้ารับบริการ และการค้นหาการวาดฝันในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากการบริการสามารถนำมาสร้างเป็นโครงการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการลูกค้าได้ทั้งสิ้น 6 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการจัดประชุมพนักงานประจำสัปดาห์ เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อให้พนักงานมีความ

รู้รอบด้านประกันภัย มีความรู้ด้านทักษะการขายและการบริการที่ดี จนสามารถทำให้พนักงานมีความรู้และมีทักษะการบริการลูกค้า มากขึ้น

โครงการที่ 2 โครงการบริการด้วยใจ เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการลูกค้ามากที่สุด เช่น การจัดให้มีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน มีพนักงานที่ให้คำแนะนำได้ละเอียดชัดเจน พูดคุยเป็นกันเอง และมีบริการขนมและเครื่องดื่ม

โครงการที่ 3 โครงการแรงงานทางไลน์ เป็นโครงการที่สร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากขึ้นโดยการจ้างงาน รวมถึงให้ส่งเอกสารการทำประกันภัยผ่านทางไลน์ และจะจัดส่งกรมธรรม์ถึงบ้านลูกค้าทั้งแบบพนักงานไปส่งเองหรือแบบจัดส่งทางไปรษณีย์โดยลูกค้าไม่ต้องมาที่สำนักงาน

โครงการที่ 4 โครงการ E-Policy แผนประกันอุบัติเหตุ (PA) เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับกรมธรรม์ โดยรับกรมธรรม์ผ่านทาง E-mail ได้รับรวดเร็ว ทันใจลูกค้า อีกทั้งเป็นการป้องกันลูกค้าทำกรมธรรม์หาย รวมถึงยังช่วยลดการใช้กระดาษ และได้มีแผนประกันอุบัติเหตุให้กับลูกค้าด้วย

โครงการที่ 5 โครงการได้ 2 ต่อทั้งลดทั้งแถม เป็นโครงการที่จัดส่งเสริมการขายตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าต้องการให้มีส่วนลดพิเศษและมีแถมของแถมด้วย

โครงการที่ 6 โครงการจากไม่รู้จัก ให้มารู้จัก เป็นโครงการที่ต้องการให้บริษัททำการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เพื่อให้บริษัท กรุงเทพมหานครประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น เป็นที่รู้จักของลูกค้าในจังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 4 การลงมือทำให้ถึงเป้าหมาย (Destiny) เป็นขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนโครงการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 2

ส่วนที่ 4 การประเมินผลโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้า

ผู้ศึกษาได้นำโครงการทั้งหมด 6 โครงการ มาดำเนินงานตามแผนโครงการ ซึ่งมีผลการประเมินดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการจัดประชุมพนักงานประจำสัปดาห์ ได้ดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนปี 2559 เป็นระยะเวลา 3 เดือน ประเมินโครงการโดยวัดผลประเมินความรู้และความสามารถของพนักงานจำนวน 4 ราย คะแนนเต็ม 20 คะแนน ทั้งก่อนโครงการและหลังโครงการจากแบบสอบถาม ผลการประเมินพบว่า ก่อนดำเนินโครงการพนักงานมีความรู้ด้านประกันภัยคิดเป็น 75% ด้านทักษะการบริการคิดเป็น 80% ด้านทำให้ลูกค้าพึงพอใจคิดเป็น 60% และด้านทักษะการขายคิดเป็น 65% หลังการเข้ารับการอบรมพบว่า พนักงานมีความรู้ด้านประกันภัยคิดเป็น 90% ด้านทักษะการบริการคิดเป็น 100% ด้านทำให้ลูกค้าพึงพอใจคิดเป็น 80% และด้านทักษะการขายคิดเป็น 80% ซึ่งสรุปได้ว่าพนักงานมีการพัฒนาความสามารถการให้บริการลูกค้ามากขึ้น

โครงการที่ 2 โครงการบริการด้วยใจ ได้ดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนปี 2559 เป็นระยะเวลา 3 เดือน ประเมินโครงการโดยวัดความพึงพอใจของลูกค้าจำนวน 30 ราย ผลการประเมินพบว่าเดือนเมษายนมีพนักงานต้อนรับหน้าร้านสร้างความพึงพอใจคิดเป็น 86% พนักงานเต็มใจบริการคิดเป็น 89% พนักงานให้คำแนะนำคิดเป็น 87% และมีพนักงานบริการน้ำดื่มคิดเป็น 84% เดือนพฤษภาคมมีพนักงานต้อนรับหน้าร้านสร้างความพึงพอใจคิดเป็น 94% พนักงานเต็มใจบริการคิดเป็น 91% พนักงานให้คำแนะนำคิดเป็น 91% และมีพนักงานบริการน้ำดื่มคิดเป็น 91% และเดือนมิถุนายนมีพนักงานต้อนรับหน้าร้านสร้างความพึงพอใจคิดเป็น 90% พนักงานเต็มใจบริการคิดเป็น 77% พนักงานให้คำแนะนำคิดเป็น 84% และมีพนักงานบริการน้ำดื่มคิดเป็น 89% ซึ่งสรุปได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการมากขึ้น

โครงการที่ 3 โครงการแรงงานทางไลน์ ได้ดำเนินโครงการเดือนเมษายนปี 2559 ผลการประเมินพบว่าลูกค้ามีความสะดวกในการรับบริการมากขึ้น สามารถติดต่อพนักงานได้รวดเร็วอย่างใกล้ชิด และส่งผลทำให้ลูกค้า



เข้ารับบริการมากขึ้นโดยมียอดขายเดือนเมษายนปี 2559 โตขึ้น 1.27% เทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปี 2558

โครงการที่ 4 โครงการ E-Policy แคมเปญประกันอุบัติเหตุ (PA) ได้ดำเนินโครงการเดือนพฤษภาคมปี 2559 ผลการประเมินพบว่า ลูกค้าได้รับกรรมธรรม์ผ่านทาง E-mail ซึ่งได้รับกรรมธรรม์ที่รวดเร็วขึ้น ลูกค้าสามารถลดเวลาการมารับกรรมธรรม์ที่สำนักงาน อีกทั้งลูกค้าสนใจที่ได้รับของแถมเป็นประกันภัยอุบัติเหตุ (PA) และส่งผลทำให้มีลูกค้าเข้ารับบริการมากขึ้นโดยมียอดขายเดือนพฤษภาคมปี 2559 โตขึ้น 24.16% เทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปี 2558

โครงการที่ 5 โครงการได้ 2 ต่อทั้งลดและแถม ได้ดำเนินโครงการเดือนมิถุนายนปี 2559 ผลการประเมินพบว่า มีลูกค้าสนใจในส่วนลดพิเศษและของแถมที่บริษัทจัดให้ และส่งผลทำให้มีลูกค้าเข้ารับบริการมากขึ้น โดยมียอดขายเดือนมิถุนายนปี 2559 โตขึ้น 11.10% เทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปี 2558

โครงการที่ 6 โครงการจากไม่รู้จัก ให้มารู้จัก ได้ดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนปี 2559 ผลการประเมินพบว่าบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น เป็นที่รู้จักมากขึ้นของลูกค้าในจังหวัดขอนแก่น

จากการดำเนินโครงการทั้ง 6 โครงการพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจจากการให้บริการมากที่สุด 78.67% ความพึงพอใจมาก 15.33% และความพึงพอใจน้อย 6% ซึ่งเมื่อเทียบกับก่อนดำเนินโครงการลูกค้ามีความพึงพอใจจากการให้บริการมากที่สุด 40% ความพึงพอใจมาก 25.33% ความพึงพอใจปานกลาง 26% และความพึงพอใจน้อย 8.67% พบว่าหลังจากดำเนินโครงการแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดเพิ่มขึ้น ดังภาพที่ 1

สรุป

การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น จุดแข็งขององค์กร คือ พนักงานมีคุณภาพ ตอบสนองฉับไว ที่ตั้งสำนักงานเหมาะสม มีศูนย์ อยู่ โรงพยาบาลในสัญญาที่มีชื่อเสียง โอกาสบริษัทมีความมั่นคง อยู่ลำดับต้นของอุตสาหกรรมธุรกิจประกันวินาศภัย และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้บริษัทต้องการมุ่งเป็นที่สุดในตลาดจึงสามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดและมีลูกค้าเข้ารับบริการมากขึ้น จนส่งผลให้มียอดขายต่อเดือนเพิ่มขึ้น

การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกด้านความประทับใจการให้บริการ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ การค้นหา (Discovery) ได้แก่ การมีสินค้าและบริการหลากหลาย บริการรวดเร็ว แจกของแถม มีบริการส่งถึงบ้าน พนักงานให้รายละเอียดได้ชัดเจน สำนักงานมีความสะอาด และมีบริการขนมและเครื่องดื่ม การวาดฝัน (Dream) ได้แก่ ชอบความสะอาดไม่ยุ่งยาก และมีทางเลือกการให้บริการที่หลากหลาย การออกแบบแผน (Design) ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้พนักงาน หาช่องทางการบริการที่สะดวกรวดเร็ว จัดประชาสัมพันธ์ และจัดส่งเสริมการขาย การลงมือทำให้ถึงเป้าหมาย (Destiny) ได้แก่ การจัดกลยุทธ์พัฒนาคุณภาพการให้บริการพนักงาน จัดทำกลยุทธ์สร้างความประทับใจ จัดทำกลยุทธ์สะดวก รวดเร็ว ทันใจ จัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย และจัดทำกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่ามี 6 โครงการที่ดำเนินโครงการให้กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่นสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าและเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น อีกทั้งส่งผลให้มียอดขาย 3 เดือนตั้งแต่เดือนเม.ย.-มิ.ย.เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายต่อเดือนเมื่อปีที่แล้ว ได้แก่ 1.โครงการประชุมพนักงานประจำสัปดาห์ 2.โครงการบริการด้วยใจ 3.โครงการแรงงานทางไลน์ 4.โครงการ E-Policy แคมเปญประกันอุบัติเหตุ (PA) 5.โครงการได้ 2 ต่อทั้งลดและแถม และ 6.โครงการจากไม่รู้จัก ให้มารู้จัก โดยโครงการเหล่านี้ทำให้อยอดขายเพิ่มขึ้น 12.44% ดังตารางที่ 3

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำโครงการทั้ง 6 โครงการไปดำเนินการต่อทุกๆเดือนเพราะเป็นโครงการที่ทำให้ลูกค้าสนใจมากขึ้น
2. ควรศึกษาด้านจุดพลิกผัน (The Tipping Point) เพิ่มเติม
3. ควรเพิ่มการสัมภาษณ์พนักงาน เพื่อให้ทราบถึงความเต็มใจในการให้บริการลูกค้า
4. ควรนำโครงการทั้ง 6 โครงการไปดำเนินการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นๆ ต่อไป

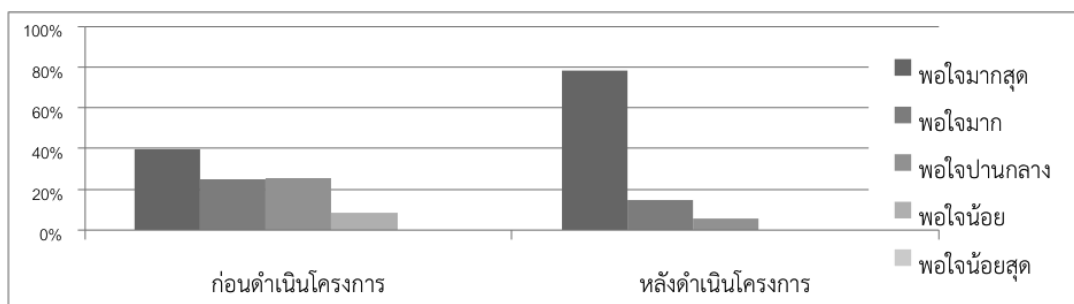
กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางการทำรายงานการศึกษาอิสระในครั้งนี้ รวมถึงให้ความรู้ คำแนะนำต่างๆ จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้จัดการสาขาขอนแก่นและลูกค้าผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนที่สละเวลามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิญญู รัตนพันธุ์. (2556). การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis). ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/561655>.
- [2] ภิญญู รัตนพันธุ์. (2556). สัตว์สี่ทิศ. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/551902>.
- [3] ภิญญู รัตนพันธุ์. (2553). สุนทรียสารก. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/314324>.



ภาพที่ 1 แสดงผลความพึงพอใจของลูกค้าจากการเข้ารับบริการ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของบริษัทโดยใช้เทคนิคสออาร์ (SOAR Analysis)

Strategic Inquiry	จุดแข็ง : พนักงานมีคุณภาพ บริการเร็ว ภาพลักษณ์องค์กรดี มีเปิดบุธ และมีศูนย์ซ่อม โรงพยาบาลที่ได้มาตรฐาน	โอกาส : มีความมั่นคงทางการเงิน อยู่ในลำดับต้นๆของอุตสาหกรรมธุรกิจประกันวินาศภัย ใช้เทคโนโลยีทันสมัย เพื่อเพิ่มความสะดวก
Appreciative Intent	สิ่งที่อยากให้องค์กรเป็น : มุ่งเป็นที่สุดในใจลูกค้า	ผลลัพธ์ : ลูกค้ามีความพึงพอใจมากและยอดขายต่อเดือนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกโดยใช้หลักกระบวนการสุนทรียสาธก (4-D)

Discovery and Dream	Design	Destiny
สินค้าบริการหลากหลาย บริการดี เร็ว		
ราคาถูกหรือคุ้มค่างับความคุ้มค่า		
สถานที่ตั้งหาง่าย มีที่จอดรถสะดวก		
มีส่วนลดพิเศษและแจกของแถม มีผ่อน0%	โครงการได้ 2 ต่อ ทั้งลด และ แถม	มียอดขายเพิ่มขึ้น
มีพนักงานต้อนรับ ให้คำแนะนำดี	โครงการประชุมพนักงานประจำสัปดาห์ , บริการด้วยใจ	ลูกค้าพึงพอใจขึ้น
มีช่องทางบริการหลากหลาย มีส่งถึงบ้าน	โครงการจ้างงานทางไลน์ , E-PolicyแถมPA	มียอดขายเพิ่มขึ้น
สถานที่สะอาด มีบริการขนมเครื่องดื่ม		
	โครงการจากไม่รู้จก ให้มารู้จก	รู้จักบริษัทมากขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงผลยอดขายที่เพิ่มขึ้นหลังจากดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน 2559

เดือน	ยอดขายปี 2559 (บาท)	ยอดขายปี 2558 (บาท)	+/- (บาท)	%GR
เมษายน	9,076,206	8,962,148	114,058	+1.27%
พฤษภาคม	12,051,111	9,706,446	2,344,665	+24.16%
มิถุนายน	11,225,222	10,103,897	1,121,325	+11.10%
ยอดรวม	32,352,539	28,772,491	3,580,048	+12.44%