

ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต
จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์
ผู้ศึกษา นพวัลักษณ์ รัตนศรีลักษณ์ . ปริญา ร.ม. (รัฐศาสตร์)
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศิริพงษ์ ทองจันทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับ การให้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ โดยจำแนก ตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้า ผู้ที่เข้ามาติดต่อ ใช้บริการกับบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ จำนวน 201 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ส่วน ใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.75) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 57.21) อาชีพรับจ้าง/ค้าขาย จำนวน 97 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.25) และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 97 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.25)

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.35$, S.D.= 0.61) เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไป น้อย คือ ด้านลักษณะการสร้างความประทับใจในงานบริการ ($\bar{X}=4.43$, S.D.= 0.57)ด้านเอา ใจเขาใส่ใจเรา ($\bar{X}=4.39$, S.D.= 0.60) ด้านความน่าเชื่อถือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ($\bar{X}=4.37$, S.D.= 0.63) ด้านความเชื่อมั่นในการให้คำแนะนำกรมธรรม์ ($\bar{X}=4.33$, S.D.= 0.60) ด้านความรับผิดชอบการพัฒนาสัมพันธภาพ ($\bar{X}=4.26$, S.D.= 0.65) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของตัวแทน บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจให้บริการของ บริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้รับการบริการที่ดีไม่ว่าจะมีความแตกต่างในเรื่องของเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมองถึงภารกิจของบริษัทที่มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการบริการที่ผู้รับบริการได้รับความประทับใจ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการบริการให้มากที่สุด

3. ผลการศึกษาข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของลูกค้าต่อการให้บริการของตัวแทนบริษัท กรุงเทพมหานครประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ด้านอาคารสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจึงอยากให้มียุทธศาสตร์ที่จอดรถให้สะดวกและเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการจัดเก็บเบี้ยประกันนอกสถานที่ในวันหยุดราชการและด้านการบริการอยากให้ส่งข่าวสารข้อมูลกิจกรรมให้ลูกค้าทราบสม่ำเสมอ อยากให้มีคอมพิวเตอร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WI-FI) ไว้บริการลูกค้า

TITLE : The Satisfaction Of Customers with the Services of Bangkok Life Assurance
Public Company Limited, Kalasin Brand

AUTHOR : Nopalak Ratanasrilak **DEGREE :** M. Pol. Sc. (Political Science)

ADVISOR : Mr. Siripong Thongjan

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2014

ABSTRACT

The objective of the independent study was to survey the satisfaction of customers with the services of Bangkok Life Assurance Public Company Limited, Kalasin Brand classified by personal information of the customers. The target population was two hundred and one customers of Bangkok Life Assurance Public Company Limited, Kalasin Brand. The data were collected by a questionnaire with .95 reliability index. The statistics used were percentage, mean, standard deviation and t-test (One-Way ANOVA).

The research findings showed that one hundred and two customers were female (50.75%). One hundred and fifteen customers were 36-45 years old (57.21%). Ninety seven customers were employees and traders (48.25%), and ninety seven customers earned 20,000 baht up a month (48.25%).

The finding indicated that the average level of the satisfaction of the customers with the services was high ($\bar{X}=4.35$, S.D.= 0.61). Five high levels of the satisfaction were good service ($\bar{X}=4.43$, S.D.= 0.57), goal oriented focus ($\bar{X}=4.39$, S.D.= 0.60), good image ($\bar{X}=4.37$, S.D.= 0.63), reliability of the assurance policy ($\bar{X}=4.33$, S.D.= 0.60) and responsibility for improving relationships ($\bar{X}=4.26$, S.D.= 0.65).

In conclusion, the study showed that the satisfaction of the customers with the services regarding the different genders, ages, occupations and incomes was not different. The results may be caused by the first impression on the services. The good services were provided focusing on the mission and vision of the company.