

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จาก 13 บริษัทในปี 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 26 บริษัทในปี 2544 ทั้งจำนวนตัวแทนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากผู้ที่สอบผ่าน ใบอนุญาตตามสถิติของกรมประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 151,890 คน ในปี 2540 เป็น 328,876 คน ในปี 2544 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 116.5 ในระยะเวลา 4 ปี (วารสารประกันชีวิต, 2545)

บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) มีผลดำเนินงาน ในปี 2544 โดยรายได้หลักของบริษัทมาจากเบี้ยประกันประมาณรวบรวม มีเบี้ยประกันรับสุทธิ 437 ล้านบาท ลดลงจากปี 2543 จำนวน 4 ล้านบาท เป็นผลจากการปรับโครงสร้างการบริหารงานฝ่ายขายและแบบประกันในไตรมาสสุดท้าย ส่วนรายได้อีกประเภทหนึ่งของบริษัท เป็นรายได้จากการลงทุน โดยในปี 2544 มีจำนวน 132 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2543 จำนวน 3 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการโอนกลับรายการที่ได้รับจัดสรรเงินคืนจากองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน (ปรส.) จำนวน 13 ล้านบาท ในขณะที่รายได้จากดอกเบี้ยและเงินปันผลลดลง ทั้งนี้เนื่องมาจากสภาวะตกต่ำทางเศรษฐกิจ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทในปี 2544 เพิ่มขึ้นประมาณ 23 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2543 มีการโอนกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 17 ล้านบาท ขณะที่ปี 2544 มีเบี้ย 0.6 ล้านบาท ส่วนสิ้นปี 2544 บริษัทปรากฏยอดขาดทุนสุทธิ 27 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2543 ประมาณ 33 ล้านบาท เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นจากการโอนกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญในปี 2543 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น (Interlife John Hancock, 2001)

ในสภาวะการแข่งขันในตลาดประกันชีวิต ด้านการนำเสนอกรมธรรม์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยตัวแทนที่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มที่ ปัจจุบันจำนวนตัวแทนประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ของบริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) มีจำนวนทั้งหมด 149 คน มีผลงานจำนวนรายทั้งหมด 442 ราย มีเบี้ยประกันรวมทั้งหมด 7,197,144.38 บาท (ฝ่ายสถิติผลงานตัวแทนของ บจม. อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต, 2545) ในตลาดประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่มีคู่แข่งทางการตลาดอยู่มาก โดยมีสามบริษัทที่ครองตลาดอยู่มากคือ AIA ไทยประกันชีวิต และเอซีเอ็มจี ครอบครองตลาดประกันชีวิตถึงร้อยละ 75 และมีอีก 23 บริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 25 โดยรวมบริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด

(มหาชน) เป็นหนึ่งในนี้ด้วย (Interlife John Hancock, 2001)

การบริการหลังการขายมีความสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจประกันชีวิต เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าผู้ให้บริการ และดึงดูดให้ลูกค้าตกลงทำสัญญาประกันชีวิตมากขึ้นและถือกรมธรรม์ให้คงอยู่ระยะยาว ทำให้ภาพพจน์ของบริษัทเกิดความน่าเชื่อถือและเกิดความไว้วางใจมากขึ้น โดยการบริการหลังการขายของตัวแทนด้านการชำระเบี้ยประกัน การเรียกร้องค่ารักษาพยาบาล อุบัติเหตุ สิ้นไหมมรณกรรม การคืนเงินครบกำหนดสัญญากรมธรรม์

ปัจจุบันการบริการหลังการขายของตัวแทนบริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) มีปัญหาเนื่องมาจากมีอัตราการเข้าออกของตัวแทนสูง ทำให้การติดต่อบริการกับลูกค้าผู้ให้บริการไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่มั่นใจในตัวแทนและบริษัท ซึ่งจะส่งผลให้มีการเลิกใช้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันชีวิตต่อการบริการหลังการขายของตัวแทนบริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลของการศึกษารั้งนี้ จะเป็นแนวทางการพัฒนาการบริการหลังการขาย และแนวทางแก้ไขปัญหาของตัวแทนบริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เอาประกันชีวิตต่อการให้บริการหลังการขายของตัวแทน บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาด้านบริการหลังการขาย ที่ผู้ใช้บริการพบหลังการทำประกันชีวิตกับบริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

## 1.3 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ผลตอบแทนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจต่อระดับคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้เอาประกันชีวิตที่ตกลงซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทต่าง ๆ ของบริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

การประกันชีวิต หมายถึง สัญญา 2 ฝ่ายที่ทำขึ้นเป็นข้อตกลงระหว่างบริษัทประกันชีวิตและผู้เอาประกันชีวิต โดยมีการกำหนดสิทธิและหน้าที่ระหว่างกันทั้ง 2 ฝ่าย และรวมถึงอนุสัญญา การประกันสุขภาพ และการประกันอุบัติเหตุไว้ด้วย

การบริการหลังการขาย หมายถึง การให้บริการของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่อผู้เอาประกัน

ชีวิต ภายหลังจากมีการทำสัญญาประกันชีวิตแล้ว ไปจนตลอดระยะเวลาที่กรมธรรม์ประกันชีวิตมีผลคุ้มครองอยู่ ได้แก่ บริการต่าง ๆ อาทิเช่น การชำระเบี้ยประกันปีต่ออายุ การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล อุบัติเหตุ สิ้นไหมมรณะกรรม การจ่ายเงินปันผล เงินคืนตามระยะเวลา และเงินคืนครบกำหนดสัญญากรมธรรม์

ตัวแทน หมายถึง ผู้ซึ่งผ่านการทดสอบความรู้และได้รับใบอนุญาต ให้เป็นตัวแทนประกันชีวิตจากกรมประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ และได้รับหนังสือมอบอำนาจจากบริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์น-แฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ให้เป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท ในการนำเสนอขายประกันชีวิต และชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริษัทซึ่งประกอบธุรกิจหลักประเภทประกันชีวิต โดยเริ่มก่อตั้งในเดือนกุมภาพันธ์ 2494 ในนามบริษัท สยามบริการประกันภัย จำกัด และมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 364/30 ถนนศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 ส่วนสำนักงานประจำจังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่เลขที่ 31/9 – 11 ถนนเชียงใหม่-ลำปาง ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

#### 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้เอาประกันชีวิต ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการให้บริการหลังการขายของตัวแทน บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
2. ทราบปัญหาด้านบริการหลังการขายที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการหลังการทำประกันชีวิตของ บริษัท อินเทอร์เน็ต จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงการให้บริการหลังการขายของตัวแทนประกันชีวิต เพื่อให้ผู้เอาประกันได้รับความพึงพอใจสูงสุด