

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

จากสภาพการณ์แข่งขันทางธุรกิจประกันวินาศภัยในโลกปัจจุบัน อาวุธสำคัญที่สุดในการแข่งขันทางการค้า นอกจากการพัฒนากิจกรรมใหม่ๆออกมาเพื่อสนองความต้องการให้กับลูกค้าแล้ว นั่นคือ การบริการ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการเป็นสำคัญ และเนื่องจากคุณค่าของผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อการอยู่รอดขององค์กร สิ่งนี้นักบริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กรควรคำนึงถึงและให้ความสำคัญมากที่สุดคือ “บุคลากร” หรือ “พนักงานในองค์กร” บุคลากรในองค์กรเป็นผู้ที่จะทำให้งานนั้นสำเร็จหรือล้มเหลว และมีประสิทธิภาพสูงหรือต่ำได้ ดังนั้น หากบุคลากรอุทิศร่างกาย แรงใจ และทำงานอย่างเต็มความสามารถของตนเองแล้ว องค์กรย่อมที่จะพัฒนาและประสบความสำเร็จได้ (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2535, น.130) โดยบุคคลนั้นๆจะต้องมีทั้งความรู้ ความสามารถ ทักษะ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำอยู่ด้วย

สำหรับธุรกิจประกันภัย ซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับการรับประกันความเสี่ยงภัยที่อาจจะเกิดขึ้นกับทรัพย์สินหรือสิ่งของที่มีค่าเมื่อใดเมื่อหนึ่งก็เป็นได้ บริษัทประกันภัยจึงเข้ามารับโอนความเสี่ยงภัยต่างๆจากผู้เอาประกันภัย โดยองค์กรต่างๆที่อยู่ในธุรกิจประกันภัยได้พยายามคิดสร้างสรรค์และนำเสนอกรมธรรม์รูปแบบใหม่ๆออกมาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่ง และรูปแบบการแข่งขันอีกแบบหนึ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการคิดพัฒนาสินค้าใหม่ๆออกมา นั่นคือ การให้บริการที่เป็นเลิศ รวดเร็ว ทันใจ สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในครั้งแรก และทำให้ผู้รับบริการยินดี และกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ซึ่งหมายถึง การรักษารายได้ และสร้างผลกำไรให้มากยิ่งขึ้น

งานบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของยุทธวิธีทางธุรกิจและการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งของธุรกิจประกันภัย ซึ่งถือเป็นหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ดังจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการให้บริการจะเกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มต้น คือ การนำเสนอกรมธรรม์ที่เหมาะสมและตรงกับความเสี่ยงภัยที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดจนถึงการบริการหลังการขาย ในกรณีที่ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยเกิดความเสียหาย และทำการชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัย เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วธุรกิจประกันภัยที่ดีจำเป็นต้องมีสินค้าหรือกรมธรรม์ประกันภัยประเภทต่างๆที่ให้ความคุ้มครองที่หลากหลาย และเหนือสิ่งอื่นใดแล้วต้องมีการให้บริการที่ดีด้วย เพราะการบริการที่ดี ทำให้ผู้ให้

บริการเกิดการรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่ดี มีคุณค่า และคู่ควรแก่การปฏิบัติทุกวัน อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดทัศนคติ ความคิด และความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และต่อองค์การที่ให้บริการไปในทิศทางบวก ดังเช่น เกิดความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ มีความประทับใจและนิยมในองค์การที่ให้บริการ มีการระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น มีความจงรักภักดีต่อองค์การ และมีการพูดถึงผู้ให้บริการและองค์การในทางที่ดี ดังนั้นองค์การจึงควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกาให้บริการของพนักงาน ที่แสดงออกอย่างมีมาตรฐาน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์การ

การเกิดพฤติกรรมกาให้บริการของพนักงานควรเริ่มต้นจากการที่บุคคลนั้นมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำพฤติกรรมให้บริการเหล่านั้น เมื่อมีความตั้งใจแล้วโอกาสที่จะทำพฤติกรรมกาให้บริการย่อมสูงตามไปด้วย การเกิดพฤติกรรมต่างๆของบุคคลนั้นสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (A Theory of Planned Behavior) ของไอน์เซ็น ซึ่งมีสาระสำคัญกล่าวไว้ว่า พฤติกรรมส่วนมากของบุคคลจะอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นๆ และความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ดังเช่นผลการทดลองของเรนเน่ และแคริก (Rannie & Craig, 1997, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ ศิริดำรง, 2541, น.38) ศึกษาพฤติกรรมกาใช้ถุงยางอนามัย พบว่า เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถอธิบายความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัยได้ร้อยละ 50 หรืองานวิจัยในประเทศของพัชรวดี ทองเนื่อง (2548) ศึกษาความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการ ผลการวิจัยที่ได้นั้นพบว่า เจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและผลการวิจัยที่ผ่านมาส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อพฤติกรรมกาให้บริการในธุรกิจประกันภัยว่ามีมุมมอง ความคิด ความเชื่อและความรู้สึกอย่างไรต่อพฤติกรรมกาให้บริการ ถ้าผู้ให้บริการมีความเชื่อว่าการกระทำนั้นจะนำไปสู่ผลทางบวก ผู้ให้บริการก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการกระทำนั้น และปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ รวมถึงรักษามาตรฐานในการให้บริการให้คงอยู่ในระดับที่ดีตลอดไป และบุคคลที่อยู่รอบข้างผู้ให้บริการมีบุคคลใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำหรือไม่ทำพฤติกรรมกาให้บริการ และเมื่อบุคคลเหล่านั้นเป็นแรงจูงใจให้กระทำพฤติกรรมแล้วจะส่งผลให้พนักงานทำพฤติกรรมกาให้บริการมากขึ้นเพียงใด รวมถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกาให้บริการ

ของพนักงานส่วนใหญ่มีการรับรู้หรือไม่ว่าตนมีความสามารถในการกระทำพฤติกรรมการให้บริการหรือไม่ จะมีโอกาสทำพฤติกรรมการให้บริการมากน้อยเพียงใด และมีความเชื่อต่อบัณฑิตที่ส่งเสริมหรือขัดขวางการทำพฤติกรรมการให้บริการอย่างไร

เมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สามารถจูงใจให้กระทำพฤติกรรมการให้บริการ และมีความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และรับรู้ปัจจัยที่ส่งเสริมการควบคุมพฤติกรรมจะสามารถนำมาใช้ในการทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ และสามารถทำนายการเกิดพฤติกรรมการให้บริการตามท้องเคการได้คาดหวังไว้ได้เช่นเดียวกัน

ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพนักงานในบริษัทประกันวินาศภัย ที่มีลักษณะงานที่เน้นการให้บริการเป็นหลักว่า พนักงานมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการให้บริการ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ และความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมการให้บริการ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) อย่างไร และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว และจะได้นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาบุคลากรและระบบการให้บริการขององค์กร อันนำไปสู่คุณภาพของการให้บริการที่เป็นเลิศต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม กับพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ของพนักงานในบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม กับพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ของพนักงานในองค์กร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรมการให้บริการ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมการให้บริการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ว่ามีอย่างน้อย 1 ตัวแปรในการร่วมกันทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) และพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ของพนักงานในองค์กร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทักษะคติของพนักงานที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

สมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

สมมติฐานที่ 4 ความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

นอกจากนี้ได้ศึกษาสมการทำนายถดถอยพหุคูณ เพื่อทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) และพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) โดยมีสมการถดถอย 2 สมการดังนี้

1) ตัวแปรต้นคือ ทักษะคติในการให้บริการ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ และตัวแปรตามคือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

2) ตัวแปรต้นคือ ทักษะคติในการให้บริการ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ และตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานของบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ที่ประจำการอยู่สำนักงานใหญ่ และได้นำกิจกรรมการให้บริการตามแบบแดร์คุณทุกอย่างก้าว มาปฏิบัติในการทำงาน และแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 สายงาน ได้แก่ กลุ่มงานขาย , กลุ่มงานรับประกันภัย , กลุ่มงานสินไหมทดแทน และกลุ่มงานสนับสนุน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 896 คน และคัดเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 277 คน

2. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเพื่อทดสอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนโดยใช้พฤติกรรม การให้บริการ (กิจกรรม CARE) เป็นพฤติกรรมจำลองการทดสอบทฤษฎีดังกล่าว ดังนั้นเพื่อให้ เป็นไปตามทฤษฎีดังกล่าวจึงกำหนดพฤติกรรมในการศึกษาค้างนี้ว่า “พฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)” และกำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมได้ว่า “ความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)” รวมถึงกำหนดทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่ม อ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมได้ว่า “ทัศนคติต่อพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)” , “การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรม การให้บริการ (กิจกรรม CARE)” และ “การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการ ให้บริการ (กิจกรรม CARE)”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่า ทัศนคติ กลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรม มีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดต่อความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หรือไม่
2. ทำให้ทราบว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หรือไม่
3. ทำให้ทราบว่า พนักงานที่ร่วมทำกิจกรรม CARE มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการ ให้บริการ (กิจกรรม CARE) อย่างไร
4. ทำให้ทราบว่า กลุ่มบุคคลใดบ้างที่เป็นกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)
5. ทำให้ทราบว่า ปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัจจัยส่งเสริมหรือขัดขวางการรับรู้ความสามารถ ในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)
6. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมการ ให้บริการ (กิจกรรม CARE)
7. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากร ปรับปรุงพฤติกรรม การบริการของพนักงาน ตลอดจนกำหนดนโยบายและวิธีการต่างๆในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรม การให้บริการ (กิจกรรม CARE) อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. พฤติกรรมกรให้บริการ (กิจกรรม CARE) ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้า หมายถึง ความคิด ความเชื่อของพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกของคนในองค์กร ในรูปแบบของการลงมือปฏิบัติร่วมกันในพฤติกรรมกรให้บริการ (กิจกรรม CARE) จนกลายเป็นแบบแผน ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์การที่สมาชิกในองค์กรประพฤติ ปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งการทำกิจกรรม CARE หมายถึง การทำกิจกรรมที่เน้นให้เกิดพฤติกรรมกรให้บริการตามแนวทางแคร์คุณ ทุกอย่างก้าว 4 ด้าน ดังนี้

C = Customer คือ ลูกค้ายมาเป็นที่หนึ่ง

A = Advance คือ การไม่หยุดยั้งการพัฒนาทั้งสินค้าและบริการ

R = Relationship คือ การสร้างความสัมพันธ์ ร่วมมือกันเพื่อความสำเร็จ

E = Ethic คือ การดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

C = CUSTOMER คือ ลูกค้ายมาเป็นที่หนึ่ง ได้แก่

1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเน้นการบริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ตรงต่อเวลา และอำนวยความสะดวก
2. รักษาคำพูด รับปากแล้วต้องติดตามและทำให้ได้ (Keeps your Words)
3. ให้บริการเชิงรุกโดยเสนอบริการ คำแนะนำ แนวทางแก้ปัญหาที่เป็นประโยชน์ และดำเนินการก่อนที่จะได้รับการร้องขอ
4. ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย และเหมาะสม
5. ให้ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจ (เอาใจเขามาใส่ใจเรา)
6. กระตือรือร้นที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
7. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
8. คิดและปฏิบัติงานในเชิงบวก
9. ไม่ปฏิเสธก่อนที่จะพยายามหาหนทางถึงที่สุดแล้ว โดยยึดหลักจะลองพยายามดูอีกครั้ง
10. ได้ตอบสื่อสารด้วยความสุภาพ ไพเราะ และเหมาะสมกับกาลเทศะ โดยใช้วาทศิลป์ที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี
11. ติดตามและขอโทษในความผิดพลาดพร้อมแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็ว

A = ADVANCE คือ การไม่หยุดยั้งการพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่

1. คิดริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ (Innovation)
2. ตื่นตัวที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในการขยายธุรกิจ
3. พัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องให้มีความรอบรู้ในงานและ Product
4. นำและยอมรับการเปลี่ยนแปลง
5. กล้าคิด กล้าทำ กล้าพูด กล้าตัดสินใจ
6. ผลักดันความคิด นวัตกรรมให้เห็นผลในทางปฏิบัติ
7. อาสาปฏิบัติงานที่นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง
8. ใช้ศักยภาพของตนเองที่มีอยู่อย่างเต็มที่ เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

R = Relationship คือ การสร้างความสัมพันธ์ ร่วมมือกันเพื่อความสำเร็จ ได้แก่

1. สร้างเครือข่าย (Networks) โดยเปิดตัวเองสู่ภายนอกให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับบุคคล องค์กร สังคม ที่หลากหลาย เพื่อขยายวงของธุรกิจให้กว้างขวางมากขึ้น
2. สร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องให้ถึงระดับที่ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจได้
3. ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งภายในและภายนอก
4. จัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ร่วมกัน
5. สนับสนุนธุรกิจซึ่งกันและกัน
6. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์
7. ทำงานร่วมกันเป็นทีมเดียวกัน ถึงแม้จะอยู่ต่างหน่วยงาน
8. ประสานประโยชน์ทุกฝ่าย
9. ยึดหลักการยาไทยในการสร้างความสัมพันธ์กับทุกฝ่าย
10. ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมเพื่อแสดงความยินดี/เสียใจ ต่อผู้เกี่ยวข้อง
11. สามารถเชื่อมโยงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของแต่ละส่วนงานได้เป็นภาพใหญ่ ไม่มองเฉพาะส่วนตน เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ

E = ETHICS คือ การดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ได้แก่

1. นำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายอย่างซื่อตรง ยุติธรรม และตรวจสอบได้
2. เปิดเผย จริงใจ เห็นใจ
3. รับผิดชอบต่อตนเอง บุคคลรอบข้างและสังคม

4. ยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แล้วรีบดำเนินการแก้ไข
5. ให้การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆอย่างเป็นธรรมและเสมอภาค
6. คิดถึงผลประโยชน์ของบริษัทฯ ในส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน หรือเฉพาะหน่วยงาน
7. ปฏิบัติตามที่คิดและพูด
8. ตรงต่อเวลา
9. ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกันทุกระดับชั้น

ดังนั้น การวัดพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ก็คือ การวัดว่าพนักงานในแต่ละสายงานได้ทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)หรือไม่ และจัดทำกับหน่วยงาน 4 สายงาน ได้แก่ กลุ่มงานขาย, กลุ่มรับประกันภัย , กลุ่มสินไหมทดแทน และกลุ่มสนับสนุน

2. ความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หมายถึง ระดับความตั้งใจหรือความเป็นไปได้ที่บุคคลจะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ว่ามีมากน้อยเพียงใด

3. ทัศนคติ หมายถึง ระดับความคิด ความเชื่อของบุคคลที่เป็นตัวกำหนดความตั้งใจของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจที่จะกระทำ - ไม่กระทำพฤติกรรมต่างๆ

4. ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หมายถึง การประเมินในแง่บวกหรือลบของแต่ละบุคคลต่อพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ด้วยลักษณะของความชอบ – ไม่ชอบ หรือ ดี – ไม่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลและถูกกำหนดโดยผลรวมของผลคุณระหว่างความเชื่อมั่นที่เด่นชัดเกี่ยวกับผลกระทบ (Behavioral Belief หรือ b) กับการประเมินผลกระทบ (Evaluation of consequence หรือ e) ของบุคคล

5. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่าคนอื่นๆที่มีความสำคัญสำหรับตัวเขา มีความต้องการหรือไม่ต้องการให้เขามีพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคม และถูกกำหนดโดยผลรวมของผลคุณระหว่าง ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs หรือ NB) กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply หรือ MC)

6. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่า เป็นการง่ายหรือยากที่จะทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม

CARE) ซึ่งเป็นปัจจัยควบคุม และถูกกำหนดโดยผลรวมของผลคูณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม (Control Beliefs หรือ C) และการรับรู้การควบคุม (Perceived Power หรือ P) ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับการมีหรือไม่มีโอกาสที่จำเป็นในการทำพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE) ส่วนการรับรู้การควบคุม หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่ามีปัจจัยควบคุมบางอย่างที่สามารถเอื้ออำนวยหรือขัดขวางการแสดงพฤติกรรมการให้บริการ (กิจกรรม CARE)

7. ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานในองค์กร

8. ผู้รับบริการ หมายถึง

8.1 ลูกค้าภายใน ได้แก่ พนักงานหน่วยงานต่างๆภายในองค์กร

8.2 ลูกค้าภายนอก ได้แก่ บุคคลที่มาติดต่อของซื้อประกันภัย ,ตัวแทน ,นายหน้า