

มันทนา กาญจนรัตน์ : กลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย. (REPUTATION MANAGEMENT STRATEGIES OF LIFE INSURANCE BUSINESSES IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา, 299 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงขององค์กรในธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย และเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงระหว่างบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยกับบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ รวมถึงศึกษากลวิธีและเครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจประกันชีวิตนำมาใช้สนับสนุนการจัดการชื่อเสียง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารที่ดูแลงานด้านสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์จำนวน 10 ท่าน จาก 10 บริษัท, ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ท่าน, นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ท่าน รวมถึงรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิตทั้ง 10 บริษัท เป็นการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย โดยทุกบริษัทใช้กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสาน 2) กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม 3) กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 4) กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า 5) กลยุทธ์ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึก 6) กลยุทธ์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง 7) การจัดการด้านบริหารความเสี่ยง 8) การจัดทำคู่มือในเวลาที่เกิดภาวะวิกฤติ และ 9) การตรวจติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท คู่แข่ง ข้อมูลภาพรวมธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจ

และในการเปรียบเทียบการกำหนดกลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยกับบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาตินั้น พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ที่ ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ กลวิธีและเครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจประกันชีวิตนำมาใช้สนับสนุนการจัดการชื่อเสียง คือ 1) กลวิธีการประชาสัมพันธ์ นำมาใช้ในด้านของการเผยแพร่ข่าวสาร ผ่านพับ โบชัวร์ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และ 2) เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้นำทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์งานด้านดังกล่าว

518 47211 28: MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : REPUTATION MANAGEMENT/STRATEGIES

MANTHANA KARNCHANARAT : REPUTATION MANAGEMENT

STRATEGIES OF LIFE INSURANCE BUSINESSES IN THAILAND. THESIS

ADVISOR : ASSOC.RUNGNAPAR PITPRECHA, 299 pp.

The Objective of the research is to study the reputation management strategies of Life Insurance business in Thailand. The study includes a comparison of reputation management strategies of insurance companies under Thai and foreign executives. The researcher has also studied the strategies and tools being used as a support mechanism in reputation management. It is a quantitative research using information from interviewing of ten executives from 10 insurance companies, 2 PR advisors and 2 academics. The executives who gave interview are responsible for organization communication and public relations issue. Other information is gathering from documents and several related websites. The research found that the strategies used in reputation management in ten insurance companies were as follows:

1. Integrated Marketing Communication Strategy
2. Corporate Social Responsibility Strategy
3. Customer Relationship Management Strategy
4. Customer's Experience Building up Strategy
5. Understanding of Customer's behaviors Strategy
6. Customer Centric Strategy
7. Risk Management Strategy
8. Organizational Crisis Handbook
9. Following up Information of Rival Companies and Economic Environment

According to the study, there is no difference in strategies used the insurance companies under supervision of Thai foreign executives. The procedures and communication tools being used by the companies to support reputation management are as follows:

1. Procedure of Public Relations being used to communicate and disseminate information to customers.
2. Traditional and new Media being used in Public Relations works.