

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในจังหวัดสมุทรสาครครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

หลักการประกันภัย (สุรินทร์ วิวัฒน์วานิช, 2550)

การประกันภัยทุกประเภทมีหลักการของการประกันภัย ที่เป็นสากล ทุกประเทศจะใช้หลักการนี้ในการรับประกัน ซึ่งการประกันภัยรถยนต์ก็ควรใช้หลักการนี้ในการดำเนินธุรกิจเช่นกัน หลักการประกันภัยมี 6 ประการ ได้แก่

1. หลักส่วนได้เสียในเหตุประกันภัย (Principle of Insurable Interest) คือการที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัยในทางใดทางหนึ่ง หมายถึง ผู้เอาประกันภัยจะต้องได้รับความเสียหาย ถ้าวินาศภัยได้เกิดขึ้นกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัยนั้นหลักการนี้เป็นหลักสำคัญพื้นฐานของการประกันภัย เพราะตามแนวคิดทางกฎหมายจะทำให้การประกันภัยไม่เป็นการพนันขึ้นต่อ และในทางศีลธรรมทำให้บุคคลใด ๆ ไม่สามารถเอาประกันภัยในสิ่งที่ตนไม่มีความเกี่ยวข้องไม่ว่าสิ่งนั้นจะถูกทำลายหรือคงสภาพอยู่ ตามหลักการนี้ในประเทศไทยได้บัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์บรรพ 3 มาตรา 863 “อันสัญญาประกันภัยนั้น ถ้าผู้เอาประกันภัยมิได้มีส่วนได้เสียในเหตุที่ประกันภัยไว้ นั้นไซ้ ท่านว่ายอมไม่ผูกพันคู่สัญญาแต่อย่างใด”

2. หลักสุจริตอย่างยิ่ง (Principle of Utmost Good Faith) คือ การที่ผู้ขอเอาประกันภัยมีหน้าที่ที่จะต้องเปิดเผยข้อความจริง (Disclosure) ให้ผู้รับประกันภัยทราบ รวมทั้งการไม่แถลงข้อความอันเป็นเท็จ (Misrepresentation) เนื่องจากว่าสัญญาประกันภัยเป็นสัญญาที่มีค่าตอบแทนไม่เท่าเทียมกัน กล่าวคือ ผู้เอาประกันภัยมีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันภัยจำนวนหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับประกันภัยให้ความคุ้มครองวินาศภัยที่อาจเกิดกับทรัพย์สินของเขา ซึ่งถ้าเกิดวินาศภัยกับทรัพย์สินนั้น ผู้รับประกันภัยอาจจะต้องชดใช้ค่าเสียหายที่เป็นจำนวนเงินที่มากกว่าเบี้ยประกันที่ได้รับหลายเท่าในการรับประกันภัยจึงต้องพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะเข้ารับการเสี่ยงภัยนั้น ๆ หรือไม่ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้รับประกันภัยหลักการนี้จึงได้กำหนดให้สัญญาประกันภัยมีผลเป็นโมฆะกรณีที่มีการแถลงข้อความเท็จ หรือ ปกปิดข้อความจริง และมีผลทำให้

ผู้รับประกันภัยตกลงรับประกันภัยโดยที่ถ้าหากผู้รับประกันภัยได้รับทราบข้อความจริงแล้วจะไม่รับประกันภัย หรือรับประกัน แต่คำนวณเบี้ยสูงขึ้นกว่าปกติ ทำให้ผู้รับประกันภัยสามารถที่จะบอกล้างสัญญาประกันภัย ทำให้สัญญากลายเป็นโมฆะ คือ เสียเปล่ามาตั้งแต่ต้น หรืออาจจะให้สัตยาบันโดยยอมรับตามสัญญาดังกล่าว ซึ่งก็จะทำให้สัญญาประกันภัยมีผลสมบูรณ์ต่อไป ซึ่งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 865 วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า “ถ้าในเวลาทำสัญญาประกันภัย ผู้เอาประกันภัยก็ดี หรือในกรณีประกันชีวิตบุคคลอันการใช้เงินย่อมอาศัยความทรงชีพหรือมรณของเขานั้นก็ดี รู้อยู่แล้วละเว้นเสียไม่เปิดเผยข้อความจริง ซึ่งอาจจะได้จูงใจผู้รับประกันภัยให้เรียกเบี้ย ประกันภัยสูงขึ้นอีก หรือให้บอกปิดไม่ยอมทำสัญญา หรือรู้อยู่แล้วแถลงข้อนั้นเป็นความเท็จหรือ ทำนว่าสัญญานั้นเป็นโมฆะ

ถ้ามิได้ใช้สิทธิบอกล้างภายในกำหนดหนึ่งเดือน นับแต่วันที่ผู้รับประกันภัยทราบมูลอันจะบอกล้างได้ก็ดี หรือมิได้ใช้สิทธินั้นภายในกำหนดห้าปี นับแต่วันทำสัญญาก็ดี ทำนว่าสิทธินั้นเป็นอันระงับไป”

ตามบทบัญญัติมาตรานี้ บังคับให้ผู้เอาประกันภัยมีหน้าที่ที่จะต้องเปิดเผยข้อความจริงต่างๆ ในขณะที่ขอเอาประกันภัย ซึ่งข้อความจริงนั้นเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพิจารณารับประกันของผู้รับประกันภัย ซึ่งความสำคัญของข้อมูลเหล่านั้นคือ ถ้าผู้รับประกันภัยได้ทราบข้อความจริงนั้น ๆ แล้ว ผู้รับประกันภัยอาจจะเรียกเบี้ยประกันภัยให้สูงขึ้น หรืออาจจะปฏิเสธไม่รับประกันภัยก็ได้ ผลก็คือ จะทำให้สัญญาประกันภัยนั้นตกเป็นโมฆะ หมายถึง สัญญาประกันภัยนั้นได้ให้สิทธิแก่ผู้รับประกันภัยที่จะเลือกได้ 2 ทางคือ

1. ปฏิเสธที่จะไม่รับประกันภัยนั้น หรือ
2. ยินยอมรับประกันภัยต่อไป

ในกรณีที่ผู้รับประกันภัยประสงค์ที่จะปฏิเสธไม่ยอมรับประกันภัยต่อไป ก็จะต้องทำหนังสือบอกกล่าวให้ผู้เอาประกันภัยทราบว่า ตนไม่ประสงค์จะรับประกันภัยต่อไป (เรียกว่าการบอกล้าง) ซึ่งสัญญาที่เป็นโมฆะนี้ก็จะตกเป็นสัญญาที่มีผลเป็นโมฆะ คือทั้งสองฝ่ายต้องกลับคืนสู่สภาพเดิมก่อนที่จะทำสัญญาประกันภัย นั่นคือ ผู้รับประกันภัยจะต้องคืนเบี้ยประกันภัยทั้งหมดแก่ผู้เอาประกันภัย ในการใช้สิทธิบอกล้างโมฆะกรรม จะต้องบอกล้างภายในกำหนด

1. ภายใน 1 เดือน นับแต่วันที่ได้ทราบเหตุอันจะบอกล้างได้ หรือ
2. ภายใน 5 ปี นับตั้งแต่วันที่ทำสัญญาประกันภัย

ถ้าพ้นกำหนดนี้แล้ว ต้องถือว่าผู้รับประกันภัยประสงค์ที่จะให้สัญญานั้นมีผลต่อไป ซึ่งสัญญาดังกล่าวก็จะมีผลสมบูรณ์ต่อไป

3. หลักการชดเชยค่าเสียหายตามความเป็นจริง (Principle of Indemnity) คือ การที่กำหนดให้ต้องชดเชยค่าเสียหายตามความเป็นจริง จึงเป็นการกำหนดมิให้ผู้เอา ประกันภัย หรือผู้รับ ประโยชน์แสดงหากำไรจากการประกันภัย สัญญาประกันภัยซึ่งแม้ว่าจะจะเป็นสัญญาที่มีค่าตอบแทน ไม่เท่าเทียมกัน แต่ก็ไม่ใช่การพนันขั้นต่อ เนื่องจาก

1. การพนันขั้นต่อ จะจ่ายตามจำนวนเงินที่ตกลงกันล่วงหน้าเมื่อมีการชนะพนัน แต่การประกันภัยจะจ่ายค่าสินไหมทดแทนเมื่อมีความเสียหายเกิดจากวินาศภัยตามที่ได้ระบุไว้ตาม ความเสียหายที่แท้จริงไม่มีกำไร

2. การพนันใครจะเข้าเล่นพนันก็ได้ และจะจ่ายเงินให้กับผู้ที่ชนะพนัน แต่การ ประกันภัย ผู้ที่จะทำประกันได้จะต้องมีส่วนได้เสียในเหตุที่เอาประกันภัย และการจ่ายค่าสินไหม ทดแทนที่จะจ่ายให้กับผู้เอาประกันภัยที่มีส่วนได้เสียในขณะที่เกิดวินาศภัย

3. การพนัน ผู้เล่นพนันไม่ทราบล่วงหน้าว่าฝ่ายใดจะแพ้หรือชนะ ผู้แพ้ย่อมเสียเงิน ผู้ชนะย่อมได้เงิน แต่การประกันภัย ผู้เอาประกันภัยสามารถทราบได้ว่า ถ้าเกิดวินาศภัยตามเงื่อนไข ในสัญญาตนย่อมได้รับค่าสินไหมทดแทนตามที่เสียหายจริง

โดยที่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 877 บัญญัติว่า “ผู้รับ ประกันภัยจำต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนดังกล่าวต่อไปนี้ คือ

- (1) เพื่อจำนวนวินาศภัยอันแท้จริง
- (2) เพื่อความบอบสลายอันเกิดแก่ทรัพย์สินซึ่งได้เอาประกันภัยไว้เพราะได้ จัดการตามสมควรเพื่อป้องกันความวินาศภัย
- (3) เพื่อบรรดาค่าใช้จ่ายอันสมควรซึ่งได้เสียไปเพื่อรักษาทรัพย์สินซึ่งเอา ประกันภัยไว้นั้นมิให้วินาศ

อันจำนวนวินาศภัยจริงนั้น ท่านให้ตีราคา ณ สถานที่และในเวลาซึ่งเหตุวินาศภัย นั้นได้เกิดขึ้น อนึ่งจำนวนเงินซึ่งได้เอาประกันภัยไว้นั้น ท่านให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าเป็นหลัก ประมาณอันถูกต้องในการตีราคาเช่นว่านั้น

ท่านห้ามมิให้ค่าสินไหมทดแทนเกินไปกว่าจำนวนเงินซึ่งเอาประกันภัยไว้” ใน การชดเชยค่าเสียหายนั้นสามารถทำได้ 4 วิธี คือ

1. การจ่ายเป็นเงิน (Cash Payment) โดยการตกลงค่าเสียหายและชดเชยเป็น จำนวนเงินที่แน่นอน
2. การซ่อมแซม (Repair) โดยที่ทรัพย์สินที่เอาประกัน หรือของบุคคลภายนอก ได้รับความเสียหายเพียงบางส่วน และอยู่ในวิสัยที่สามารถซ่อมแซมให้กลับสู่สภาพเดิมได้ ผู้รับ ประกันภัยก็จะดำเนินการซ่อมแซมทรัพย์สินนั้น ๆ ได้

3. การหาของแทน (Replacement) คือการที่ได้มีการตกลงกันล่วงหน้าว่าผู้รับประกันภัยจะชดใช้ค่าเสียหายด้วยวิธีการหาสิ่งที่เป็นชนิด ประเภท และคุณภาพเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัยมาชดใช้แทนได้

4. การกลับคืนสภาพเดิม (Reinstatement) คือการที่ผู้รับประกันภัยตกลงที่จะจ่ายค่าเสียหายโดยการดำเนินการให้ผู้เอาประกันภัยได้กลับสู่สภาพเดิมก่อนเกิดวินาศภัยเช่น การสร้างโรงงานให้ใหม่ เสมือนว่าโรงงานที่เคยเอาประกันไว้ในวันนั้น ไม่ได้เกิดวินาศภัยขึ้นเลย

4. หลักการรับช่วงสิทธิ (Principle of Subrogation) หมายถึง การที่ผู้รับประกันภัยเข้าไปสวมสิทธิทั้งปวงของผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประกันภัยโอนเอาจำนวนค่าสินไหมทดแทนที่ผู้รับประกันภัยได้จ่ายไปด้วยอำนาจของกฎหมาย (สิทธิโชค ศรีเจริญ: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันภัย: สถาบันประกันภัยไทย)

5. หลักการเฉลี่ย (The Principle of Contribution) เป็นหลักการที่สืบเนื่องมาจากหลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริง และหลักการรับช่วงสิทธิ คือ การที่ผู้รับประกันภัยหลายราย ที่ได้รับประกันภัยทรัพย์สินเดียวกันไว้ ผู้รับประกันภัยทุก ๆ ราย จะต้องร่วมกันชดใช้ค่าเสียหายตามสัดส่วนที่ได้รับประกันภัยไว้ ซึ่งมีสาระสำคัญ คือ

1. มีกรรมธรรม์สองฉบับหรือมากกว่า ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 870 บัญญัติว่า “ถ้าได้ทำสัญญาประกันภัยเป็นสองรายหรือกว่านั้นพร้อมกันเพื่อความวินาศภัยอันเดียวกัน และจำนวนเงินซึ่งเอาประกันภัยรวมกันทั้งหมดนั้นท่วมจำนวนเงินที่วินาศจริงไซ้ ท่านว่าผู้รับประกันภัยชอบที่จะได้รับค่าสินไหมทดแทนเพียงเสมอจำนวนวินาศจริงเท่านั้น ผู้รับประกันภัยแต่ละคนต้องจ่ายเงินจำนวนวินาศจริงแบ่งตามส่วนมากน้อยเท่าที่ตนได้รับประกันไว้

อันสัญญาประกันภัยทั้งหลาย ถ้าลงวันเดียวกันท่านให้ถือว่าได้ทำพร้อมกัน ถ้าได้ทำสัญญาประกันภัยเป็นสองราย หรือกว่านั้นสืบเนื่องเป็นลำดับกัน ท่านว่าผู้รับประกันภัยคนแรกจะต้องรับผิดชอบเพื่อความวินาศภัยก่อน ถ้าและจำนวนเงินซึ่งผู้รับประกันภัยคนแรกได้ใช้นั้นยังไม่คุ้มจำนวนวินาศไซ้ ผู้รับประกันภัยคนถัดไปก็ต้องรับผิดชอบในส่วนที่ยังขาดอยู่นั้น ต่อ ๆ กันไปจนกว่าจะคุ้มวินาศ”

ดังนั้น ตามกฎหมายของประเทศไทย หลักการเฉลี่ยนี้ จะใช้กับกรณีที่ได้ทำประกันภัยกับผู้รับประกันภัยตั้งแต่สองรายขึ้นไปในวันเดียวกัน

2. กรรมธรรม์ประกันภัยนั้น คุ้มครองส่วนได้เสียอันเดียวกัน

3. กรรมธรรม์ประกันภัยนั้น คุ้มครองภัยชนิดเดียวกัน

4. กรมธรรม์ประกันภัยนั้น คຸ້ມครองวัตถุที่เอาประกันภัยอันเดียวกัน
5. กรมธรรม์ประกันภัยแต่ละฉบับ จะต้องมีผลบังคับเมื่อเกิดวินาศภัยขึ้น

6. หลักสาเหตุใกล้ชิด (Proximate Cause) “ใน Marine Insurance Act 1906 มาตรา 55 ของอังกฤษ ได้บัญญัติให้ผู้รับประกันภัยมีความผิด ต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนสำหรับความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นในลักษณะใกล้ชิดกับภัยที่ได้รับประกันภัยไว้ แต่ไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ซึ่งไม่ได้เกิดอย่างใกล้ชิดกับภัยที่ได้รับประกันภัยไว้”

“ตามหลักกฎหมายโรมัน ซึ่งผู้พิพากษาของศาลอังกฤษ ได้นำหลักสาเหตุใกล้ชิดมาใช้กันอย่างกว้างขวางในศตวรรษที่ 19 จนถือเป็นหลักของกฎหมาย (Common Law) ก็คือ “Cause Proximate Non Remota Spectatur” ซึ่งหมายความว่า “สาเหตุที่จะนำมาพิจารณาต้องเป็นสาเหตุใกล้ชิด ไม่ไกลออกไป” (สิทธิโชค ศรีเจริญ) : ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันภัย : สถาบันประกันภัยไทย)

โดยสรุป กรณีที่จะถือว่าเป็นสาเหตุใกล้ชิดหรือไม่ มีข้อพิจารณาดังนี้คือ

1. มีการเกิดภัยขึ้น
2. เกิดความเสียหายต่อวัตถุที่เอาประกันภัยจากภัยอื่น ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อคຸ້ມครอง
3. ไม่มีเหตุการณ์อย่างอื่นเข้ามาแทรกแซง ที่จะทำให้เหตุการณ์ที่เกิดมาก่อนนั้นสะดุดหยุดลง
4. กรณีที่เกิดภัยหลายชนิดที่ไม่พร้อมกัน ภัยชนิดแรกจะต้องเป็นสาเหตุใกล้ชิด สาเหตุใกล้ชิดนี้ เป็นผลให้ผู้รับประกันภัยจะต้องชดใช้ค่าเสียหายตามหลักการนี้

ส่วนการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7Ps) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541)

จากแนวคิดการตลาดบริการสำหรับธุรกิจให้บริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ปัจจัยส่วนการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการได้แก่บริการที่เสนอเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ซึ่งครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างของตัวสินค้า และสิ่งที่จัดเตรียมไว้

บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจด้วย

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปเงินตรา ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมการตลาด ราคาสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา จะทำให้เกิดรายได้จากการขาย ราคาจึงเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขาย และนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด หรือกลุ่มบุคคลและองค์กรซึ่งอำนาจการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ให้บริการ ไปยังลูกค้า

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ

5. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

6. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) เนื่องจากบริการเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องทำให้บริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัด สิ่งที่แสดงให้ลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ ป้าย และความสะอาดของสถานที่ เป็นต้น

แนวคิดคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ซีรฟันธ์ โล่ทองคำ, 2548

หมายถึง การส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ลูกค้าที่มาใช้บริการต้องได้รับความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่คือได้รับบริการที่รวดเร็ว ทำเลที่ตั้งต้องเหมาะสม ลูกค้ามีความสะดวกที่จะมาใช้บริการในสถานที่ที่ให้บริการ
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการสื่อสารอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงานอย่างถ่องแท้
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยต้องรักษาระดับมาตรฐานในการให้บริการให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงความต้องการและสามารถคาดหวังได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding and Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : สารนิพนธ์) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทำประกันภัยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังศึกษาความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ และลักษณะของการประกันภัยรถยนต์ในอนาคตตามความคิดเห็นของผู้บริโภค รวมทั้งความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการศึกษาในเรื่องดังกล่าวข้างต้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากผู้บริโภคโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่ทำหรือเคยทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และข้อมูลจากด้านผู้ประกอบการนั้น ได้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการหรือผู้บริหารงานด้านประกันภัยรถยนต์ของบริษัทประกันวินาศภัยที่กลุ่มตัวอย่างทำประกันภัยด้วยมากที่สุด 3 อันดับแรก ผลของ

การศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสูงต่อการตัดสินใจทำประกันภัย ของกลุ่มตัวอย่าง คือ การไม่ต้องกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การให้บริการที่ดีของบริษัทประกันภัยวินาศภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันวินาศภัย ความสะดวกในการทำประกันภัย ความเหมาะสมระหว่างความคุ้มครองกับเบี้ยประกันภัยและความสัมพันธ์และการบริการที่ดีของตัวแทน/นายหน้า นอกจากนี้ยังพบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทประกันวินาศภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจทำประกันภัย ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างนั้นอยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานด้านประกันภัยรถยนต์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะของการประกันภัยรถยนต์ในอนาคตกลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่า รูปแบบของกรมธรรม์ ประกันภัยรถยนต์ควรจะแยกออกเป็น 2 ฉบับ ระหว่างแบบภาคสมัครใจกับแบบภาคบังคับ โดยต้องการให้มีความคุ้มครองที่สามารถครอบคลุมภัยได้ทุกประเภท สำหรับระยะเวลาในการคุ้มครองที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการคือ 1 ปี วงเงินประกันภัยที่ 80% ของราคารถยนต์ขณะขอทำประกันภัย โดยเบี้ยประกันภัยควรจะเท่ากันทุกบริษัท ในระดับความคุ้มครองที่เท่ากัน และวิธีการชำระเบี้ยประกันภัย อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการคือ ชำระผ่านธนาคาร/บัตรเครดิต นอกจากนี้คนกลางหรือช่องทางในการทำประกันภัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากเป็นอันดับแรกคือ การทำประกันกับบริษัทประกันวินาศภัยโดยตรง โดยลักษณะของช่องทางหรือคนกลางที่กลุ่มตัวอย่างต้องการติดต่อด้วย คือ ให้คำแนะนำและบริการที่ดี ส่วนสื่อในการโฆษณาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรจะมีการโฆษณาผ่านสื่อด้านโทรทัศน์ สุดท้ายคือการบริการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นคือ ผู้ได้รับความเสียหายสามารถเลือกซ่อมเองได้ 4. ผู้ประกอบการของบริษัทประกันวินาศภัยทั้ง 3 แห่ง มีความเห็นที่ตรงกันในเรื่องทำประกันภัยในปัจจุบันของผู้บริโภคคือ ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันวินาศภัย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นว่า ผู้บริโภคยังขาดความรู้และความเข้าใจที่ดีพอต่อการประกันภัย จึงควรจะมีการส่งเสริมให้ความรู้ด้านนี้ แก่ผู้บริโภคในส่วนของลักษณะของการประกันภัยรถยนต์ในอนาคตนั้นผู้ประกอบการค่อนข้างจะเห็นด้วยกับผลการศึกษา ยกเว้นในเรื่องของเบี้ยประกันภัยที่ไม่เท่ากันทุกบริษัท เนื่องจากต้นทุนการบริหารงานที่แตกต่างกัน นอกจากนี้หลักในการคำนวณเบี้ยประกันภัยรถยนต์อาจจะเปลี่ยนแปลงไปโดยการคำนวณเบี้ยประกันภัยจะคำนึงถึงผู้ขับขี่เป็นหลัก สำหรับส่วนอื่นของลักษณะของการประกันภัยรถยนต์ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นความคุ้มครองวงเงินประกันภัย วิธีการชำระเบี้ยประกันภัยและช่องทางในการทำประกันภัยนั้นคง จะต้องมีความหลากหลายและมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานเพื่อที่จะทำ สามารถรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

สุรพันธ์ อรชุน (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกบริษัท ประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า มีสัดส่วนของผู้ทำ ประกันภัยรถยนต์ประเภทกรมธรรม์ภาคบังคับ พ.ร.บ. อย่างเดียว และประกันภัยรถยนต์ประเภท กรมธรรม์ภาคสมัครใจในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยนิยมทำประกันภัยรถยนต์ประเภทกรมธรรม์ภาค สมัครใจประเภทที่ 1 มากที่สุด เนื่องจากเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการทำประกันภัย แบ่งเบาภาระความเสี่ยงภัย ซึ่งบริษัทรับประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดลำพูน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด คือ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด และผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ใช้บริการจากบริษัท นารายณ์สากล ประกันภัยจำกัด มากที่สุด ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีผลต่อการเลือกบริษัทประกันภัยรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคลปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคา

ธนิกร ไชยทองทิพย์ (2547) ศึกษาปัจจัยต่อการตัดสินใจต่ออายุกรมธรรม์ ประกันภัย รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด โดยวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ของลูกค้าที่ทำประกันภัยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลตามสาขาต่าง ๆ รวม 8 สาขา พบว่ากลุ่มผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 45 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับมัธยม ต้นหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์คือ ระยะเวลาการทำประกันภัย รถยนต์ และการต่ออายุกรมธรรม์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัย รถยนต์มี 5 ประการ คือ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของบริษัท, มีสำนักงานบริการและศูนย์รับแจ้งเหตุ จำนวนมาก, การให้บริการหลังการขาย คือเจ้าหน้าที่ไปถึงที่เกิดอุบัติเหตุรวดเร็ว, การให้บริการของ พนักงาน ปฏิบัติงานด้วยความสุภาพทั้งต่อลูกค้าและคู่กรณี, และอัตราเบี้ยประกัน

ประเสริฐสิทธิ์ อมรไตรภพ (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่ทำประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษา ปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ทำประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงภัยและลด ความเสียหายที่จะเกิดขึ้น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าบริการยังไม่เร็วเท่าที่ควรและ การประเมินค่าความเสียหายต่ำ

ลือชัย ศรีจิวราย (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์กับ

บริษัท กรุงไทยพานิชประกันภัย จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน และสถานภาพโสดหรือสมรสก็มีค่าใกล้เคียงกัน จะมีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัท กรุงไทยพานิชประกันภัย จำกัด เนื่องจากความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของบริษัทเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการให้บริการของพนักงาน อัตราเบี้ยประกันภัย ความพึงพอใจด้านสำนักงานและศูนย์บริการ และการให้บริการหลังการขาย การเลือกบริษัทที่คุ้นเคย รู้จักกับพนักงานหรือตัวแทนของบริษัท มีญาติหรือเพื่อนแนะนำ สรุปแล้วผู้บริโภค ต้องการทำประกันภัยกับบริษัทที่มีความมั่นคงน่าเชื่อถือ และต้องการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะในด้านเบี้ยประกันภัยสูงกว่าบริษัทอื่น การให้บริการ ณ.จุดเกิดเหตุล่าช้า มีศูนย์รับแจ้งอุบัติเหตุน้อย และพนักงานควรจะมีคุณภาพ และการให้คำแนะนำเมื่อเกิดเหตุ และการมีรถใช้ระหว่างซ่อม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved