

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินค้าใหม่รถยนต์ บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
5. แนวคิดการประกันภัยและการประกันภัยรถยนต์
6. แนวคิดเกี่ยวกับการชดเชยค่าสินค้าใหม่ทดแทน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยามศึกษากันในสองมิติคือมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติหลังซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้จำนวนมาก ในลักษณะใกล้เคียงและสัมพันธ์กับเรื่องทัศนคติ ในการอธิบายความหมายของความพึงพอใจนั้น สามารถอธิบายได้หลายแง่มุมตามทัศนะของนักวิชาการหลายท่าน และไม่มี ความหมายใดเพียงความหมายเดียวที่มีลักษณะเป็นสากล ดังจะเห็นได้จากความหมายที่นักวิชาการแต่ละท่านได้ให้ทัศนะไว้ดังนี้

วิลลิสทริ ทรายางกูร (2526: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

ชรีณี เดชจินดา (2530:18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของ

บุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

หลุยส์ จาปาเตส (2533 อ้างถึงในปริมพร อ่ำพันธุ์, 2538: 18) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จาก สายตาคำพูดและการแสดงออก

พงศ์เทพ สีตบุตร (2538: 13) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า

เทวินทร์ กองพร (2541:10) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ความรู้สึกชอบและสุขใจ โดยความพึงพอใจจะเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า

จากความหมายและคำจำกัดความข้างต้นอาจสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น เมื่อได้ประเมินค่าสิ่งนั้นหรือปัจจัยนั้นแล้วว่าสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือความต้องการของตน

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากข้อสรุปของความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ดังกล่าวมาแล้วได้นำไปสู่การมองเห็น ปัญหาด้านทฤษฎี และการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจในประเทศไทย ในสองมิติ ดังกล่าวมาแล้ว คือ

1. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคลากร หรือผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน

2. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ (Services Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้า หรือผู้รับบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือชุดของบริการที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป้าหมายของการศึกษาทั้งสองมิตินี้เป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจ และค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน และต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกัน

ประเด็นสำคัญของเรื่องนี้อยู่ที่การอธิบายตัวชี้วัดของความพึงพอใจ กล่าวคือ การศึกษาส่วนใหญ่อธิบายความพึงพอใจจากตัวชี้วัดที่ตัวบริการ (Service) กระบวนการบริการ (Process) และในพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสาเหตุหรือปัจจัยของความพึงพอใจมากกว่าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจ เพราะความพึงพอใจเป็นผลจากการประเมินค่าของผู้รับบริการจากสิ่งเร้าภายนอก มิใช่เป็นตัวชี้วัด

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้า ที่มากระตุ้น เพราะฉะนั้น สิ่งเร้า หมายถึง “งาน” หรือ “บริการ” การศึกษาระดับความพึงพอใจจึงหมายถึงต้องการทราบว่าบุคคลมีความรู้สึกเช่นไรต่องานนั้นหรือต่อบริการนั้น ซึ่งอาจจะชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ไม่มีความรู้สึกใด ๆ หรือ เฉย ๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ความรู้สึกนี้ เป็นความรู้สึกสุดท้ายหรือท้ายสุดหลังจากที่บุคคลได้ประเมินแล้ว

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

Philip Kotler ได้ให้นิยามของการบริการว่า “เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ถูกนำเสนอโดยฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีได้มีการเป็นเจ้าของ และกิจกรรม ดังกล่าวอาจถูกเสนอร่วมกันกับสินค้าที่จับต้องได้”

Christian Gronroos กล่าวว่า “การบริการคือกิจกรรม หรือชุดของกิจกรรม ซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า”

ลักษณะของงานบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ คือ

1. จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เช่น การให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ ลูกค้าไม่สามารถคาดการณ์ได้ในการรับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) เพราะการให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน มีข้อจำกัดด้านเวลา กล่าวคือ ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถบริการลูกค้าในขณะนั้นได้เพียงหนึ่งรายเท่านั้น เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน
3. ความไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับผู้ขายบริการจะเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ใช้บริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและต้องสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตแล้วเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

การบริการเป็นกระบวนการ หรือกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ การบริการจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ผลิตออกมาในรูปแบบของเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือสิ่งประเทืองหรือเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา ดังนั้น เคล็ดลับง่ายๆ ในการบริการคือ นำอักษรแต่ละตัวจากคำว่า SERVICE มาเป็นปรัชญาในการบริการ ดังต่อไปนี้คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม ผู้ให้บริการต้องยิ้มออกมาจากภายใน หรือยิ้มออกมาจากใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจความยากลำบากยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness manner คือ ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy กริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้นกระแฉ่ง และกระตือรือร้นขณะบริการ และให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman Zeithml and Berry ได้ทำการศึกษาวิจัยกับผู้มารับบริการในธุรกิจบริการหลายๆ สาขา พบว่า มีความต้องการหรือความคาดหวังในคุณลักษณะของบริการที่เป็นสิ่งบ่งชี้คุณภาพของบริการ 10 ประการ คือ

1. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ประกอบด้วย

1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)

1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)

2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการและอุทิศเวลา
 - 2.2 สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ได้ทันทั่วถึง
 - 2.3 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 ความรู้ ความสามารถ และทักษะของผู้ให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 อำนวยความสะดวก ติดต่อกง่าย บริการรวดเร็ว
 - 4.2 ใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ให้บริการ
 - 4.4 มีความเป็นธรรม ให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 มีความสุภาพ มีกิริยาวาจาดี มีบุคลิกภาพที่ดี
 - 5.2 ให้เกียรติแก่ผู้รับบริการ
 - 5.3 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม

6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารให้ข้อมูลชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการที่ลูกค้าจะได้รับ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ประกอบด้วย

- 7.1 ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ
- 7.2 คุณภาพของงานบริการ
- 7.3 ชื่อเสียงขององค์กร

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ประกอบด้วย

- 8.1 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 8.2 การรักษาความลับของลูกค้า
- 8.3 การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding and Knowing the Customer) ประกอบด้วย

- 9.1 การศึกษาผู้ใช้บริการ
- 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
- 9.3 การให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ

10. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ประกอบด้วย

- 10.1 บุคลากรมีคุณภาพ
- 10.2 ราคาค่าบริการเหมาะสม
- 10.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ มีความพร้อมและทันสมัย
- 10.4 สถานที่ให้บริการสะอาด สวยงาม

การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพิจารณาจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคล นักการตลาดจึงจำเป็นต้องสร้างความพึง

พอใจให้เกิดกับผู้ใช้บริการ โดยเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในสายตาของผู้ใช้บริการ และผลิตภัณฑ์ที่เสนอต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจโดยส่วนรวมแก่ผู้ใช้บริการ

งานที่สำคัญของธุรกิจการให้บริการมี 3 ประการ

1. ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2. คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการของบริษัทฯ ที่ลูกค้าต้องการได้รับจากประสบการณ์ในอดีต การพูดปากต่อปาก การโฆษณาซึ่งลูกค้าจะพอใจเมื่อได้รับสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How)

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ต้องรอนาน และสถานที่ตั้งเหมาะสม

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ต้องอธิบายการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในการทำงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) คือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเป็นกันเองให้ความช่วยเหลือแนะนำอย่างยุติมิตร

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทฯ ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่บริษัทฯ ให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่บริษัทฯ ให้ลูกค้าต้องไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าคาดคะเนถึงคุณภาพการให้บริการที่จะได้รับบริการดังกล่าวได้

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customers) เจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ที่ให้บริการลูกค้าต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า สนใจที่จะตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ธุรกิจการให้บริการสามารถทำได้ ดังต่อไปนี้

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการ

3.3 เปลี่ยนบริการให้เป็นอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ

3.4 การให้บริการที่ปลดการให้บริการอื่นๆ เช่น บริการเปิดเคลมทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยลดบริการเปิดเคลมหน้าเคาน์เตอร์ ลงได้

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.6 การจูงใจให้ลูกค้าใช้แรงงานตนเอง แทนแรงงาน เช่น การให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มต่างๆ ด้วยตนเอง

ในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสินไหมรถยนต์ บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด นั้น ความจำเป็นอันดับแรก คือ บริษัทฯต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับพนักงานของบริษัทฯ ทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ที่ผู้ให้บริการมีโอกาสเข้ามาสัมผัส และติดต่อโดยตรง ทุกช่วงเวลาที่มีการติดต่อกับผู้ให้บริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการจะตัดสินใจว่า บริการของบริษัทฯดีหรือไม่อย่างไร ฉะนั้นบุคลากรทุกตำแหน่งจึงถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการสร้างและรักษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะต้องทำความเข้าใจกับพนักงานให้มาก ทั้งความเข้าใจในความต้องการและ พฤติกรรมของบุคลากร และต้องรู้ซึ่งถึง

ความสามารถในการให้บริการของบุคลากร ที่สำคัญต้องมั่นใจได้ว่าบุคลากรทุกตำแหน่งมีความเข้าใจ ยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายการให้บริการของบริษัทฯ ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

การสร้างความประทับใจ หรือความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ คือการทำให้ผู้ใช้บริการ รู้สึกตั้งแต่อย่างก้าวแรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำการของบริษัทฯ ว่า เขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจด้วย มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าพนักงานของบริษัทฯ พยายามให้บริการที่ดีที่สุด ตามที่ ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ นอกจากนี้ พนักงานยังต้องเตรียมความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือ หรือ ให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการตาม que ผู้ใช้บริการต้องการ ทั้งนี้ต้องตั้งใจฟังความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะ ของผู้ใช้บริการด้วยความสนใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และต้องระมัดระวังพยายามอย่าสร้างความเข้าใจผิดให้ เกิดขึ้นระหว่างผู้ใช้บริการและพนักงานผู้ให้บริการ แต่ต้องสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ให้บริการ กับผู้ใช้บริการ

5. แนวคิดการประกันภัยและการประกันภัยรถยนต์

คำว่าประกันภัยตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Insurance ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของการ ประกันภัยไว้หลายนัยด้วยกัน แล้วแต่ว่าจะมองการประกันภัยในแง่ใด ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. การประกันภัย คือการที่คนจำนวนมากได้ตกลงกันที่จะร่วมกันชดใช้หรือแบ่งเบาความเสียหายที่สมาชิกคนใดคนหนึ่งในกลุ่มอาจได้รับ โดยตั้งเป็นเงินกองทุน (Pool) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็น คนกลางรวบรวมเงินทุนหรือที่เรียกว่าเบี้ยประกันภัยจากสมาชิกทุกคนเข้าสู่กองทุน และกองทุนจะทำหน้าที่จ่ายเงินจากกองทุนให้แก่สมาชิกผู้ต้องประสบความเสียหาย

2. การประกันภัย คือแผนเฉลี่ยความเสี่ยงภัยร่วมกัน โดยบุคคลจำนวนหนึ่งตกลงกันว่า หาก บุคคลในกลุ่มนั้นได้รับการสูญเสียเนื่องจากภัยที่กำหนดไว้ ทุกๆ คนในกลุ่มจะเฉลี่ยค่าสูญเสียให้แก่ ผู้ประสบภัย

3. การประกันภัย คือการกระทำของบุคคลหมู่หนึ่ง ทำการรับโอนความเสี่ยงภัยของสมาชิก แต่ละคน เพื่อที่จะกระจายไปยังสมาชิกผู้ได้รับความเสียหายทุกคน จากความหมายดังที่กล่าวมาแล้ว ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประกันภัยมิได้หมายความว่ามีการป้องกันมิให้เกิดภัยขึ้น แต่หมายถึงการให้ คำมั่นสัญญาว่าถ้ามีความเสียหายเกิดขึ้นจากภัยแล้ว ผู้ที่ต้องได้รับความเสียหายจะไม่ต้องรับภัยพิบัติ นั้นไว้คนเดียว สมาชิกในกลุ่มคนอื่นๆ ก็จะช่วยเหลือให้ผู้ต้องภัยพิบัตินั้น ได้กลับคืนมีสภาพ เหมือนเดิมเหมือนเมื่อก่อนเกิดภัยขึ้น การประกันภัยจึงน่าจะหมายความว่า การทำให้เกิดความ แน่นนอนขึ้น เนื่องจากมนุษย์ที่เกิดมาในโลกนี้ต้องเผชิญกับภัยอันเกิดจากไฟไหม้และการถูกโจรกรรม

คนขับรถต้องเสี่ยงภัยต่อความรับผิดชอบต่อชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคลภายนอก ชีวิตต้องเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ และภัยอันตรายต่างๆ รวมทั้งโรคร้ายไข้เจ็บ และความตาย จึงอาจกล่าวได้ว่าไม่มีใครในโลกนี้จะหนีพ้นจากความเสี่ยงภัยไปได้ การประกันภัยจึงเป็นการขจัดความเสี่ยงภัยให้หมดสิ้นไป และทดแทนความไม่แน่นอน ทั้งหลายเหล่านั้นด้วยความแน่นอน

5.1 การเสี่ยงภัย

การเสี่ยงภัย (Risk) หมายความว่าความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการสูญเสีย เช่น รถยนต์ต้องเสี่ยงต่อการชน การคว่ำ และการถูกลักขโมย บ้านต้องเสี่ยงต่อการถูกไฟไหม้ เป็นต้น

ภัย (Peril) คำว่า “ภัย” หรือ “Peril” หมายความว่าสิ่งที่ก่อให้เกิดการสูญเสีย เช่น ไฟไหม้ ลมพายุ ฟ้าผ่า อุบัติเหตุรถยนต์ โจรภัย เป็นต้น ภัยเป็นเรื่องที่ไม่รู้ล่วงหน้า เป็นเรื่องที่ไม่แน่นอน เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความเสียหาย

การลดการเสี่ยงภัย การประกันภัยเป็นวิธีการที่ลดการเสี่ยงด้วยการโอนการสูญเสียไปให้ผู้อื่นช่วยแบกภาระให้ การประกันภัยเป็นวิธีที่ช่วยลดการเสี่ยงต่อการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นแก่ร่างกาย ชีวิต หรือทรัพย์สินด้วยวิธีเฉลี่ยความเสียหายของมนุษย์ที่อยู่ในสังคมเดียวกัน และต้องเผชิญกับภัยที่มีลักษณะคล้ายกัน

5.1.1 การเสี่ยงภัยที่อาจเอาประกันภัยได้

หมายถึงลักษณะดังต่อไปนี้

1) จำนวนของการเสี่ยงภัยที่มีสภาพและลักษณะคล้ายคลึงกันจะต้องมีจำนวนมากพอ ทั้งนี้ เพราะหลักของการประกันภัยขึ้นอยู่กับกฎว่าด้วยจำนวนมาก (Law of Large Number) ซึ่งมีหลักว่าถ้าจำนวนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง มีจำนวนมากแล้วย่อมจะสามารถประมาณหรือคาดคะเนจำนวนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ค่อนข้างใกล้เคียงความจริง การที่จะทราบได้ว่าจำนวนเท่าใดจึงจะมากเพียงพอ และโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ใดขึ้น จำนวนเท่าใด นั้นย่อมต้องอาศัยการสังเกตจากเหตุการณ์และวิธีการทางสถิติเข้าช่วย

2) ภัยเหนือการเสี่ยงนั้นจะต้องเกิดขึ้นจริงแท้หรือแน่นอน ความตายเป็นภัยที่แน่นอน แต่ภัยบางประเภทอาจมีปัญหาวว่า ภัยนั้นได้เกิดขึ้นจริงตามที่ได้เอาประกันภัยไว้หรือไม่ เช่น การประกันทุพพลภาพเนื่องจากอุบัติเหตุ มักมีปัญหายู่เสมอว่าทุพพลภาพนั้นเกิดจากอุบัติเหตุหรือเกิดจากเหตุอย่างอื่นที่ไม่ใช่อุบัติเหตุตามที่ได้เอาประกันภัยไว้

3) ภัยหรือการเสี่ยงนั้นจะต้องไม่เป็นภัยที่จงใจให้เกิดขึ้น คือมิได้เกิดจากเจตนาของผู้เอาประกันภัย คือภัยหรือความเสียหายนั้นต้องไม่ใช่ภัยหรือความเสียหายที่อาจคาดการณ์ไว้ได้ และ

อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้เอาประกันภัย ในการประกันชีวิต แม้ว่าความตายจะเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องประสบ แต่ไม่มีใครรู้ว่าจะต้องตายเมื่อใดและอย่างไร สำหรับการฆ่าตัวตายนั้น เมื่อเกิดขึ้นก็จะถูกปฏิเสธการชดเชย และความมุ่งหมายของการประกันชีวิตก็คือการประกันการสูญเสียทางเศรษฐกิจ สัญญาประกันชีวิตโดยทั่วไปจึงกำหนดให้การฆ่าตัวตาย หลังจากที่สัญญาจะมีผลบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปีจึงจะได้รับการคุ้มครอง ซึ่งถือว่าเป็นข้อยกเว้นขององค์ประกอบที่ว่าภัยหรือการเสียนั้นจะต้องไม่อาจคาดหมายได้หรือต้องเกิดขึ้นโดยโอกาสมิใช่การจงใจ

4) ภัยที่เกิดขึ้นจะต้องไม่ใช่ภัยที่มีลักษณะเป็นมหันตภัย (Catastrophe) ซึ่งได้แก่ภัยที่ร้ายแรง เช่น แผ่นดินไหว เป็นต้น ภัยประเภทนี้จะทำลายกว่าด้วยจำนวนมาก (Law of Large Number) ได้เพราะความเสียหายที่เกิดขึ้นจากมหันตภัยมากเกินกว่าที่คาดไว้บริษัทอาจจะต้องล้มละลายเพราะไม่สามารถชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้เอาประกันภัยได้ แต่การประกันต่อ (Re-Insurance) และการกระจายของภัยจะช่วยให้บริษัทสามารถรับประกันภัยเหล่านี้ได้

5) ภัยหรือการเสียนั้นจะต้องไม่เป็นจำนวนเล็กน้อยเกินไป เพราะภัยแต่ละแบบแต่ละฉบับ ย่อมจะต้องมีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายในการออกกรมธรรม์ ค่าใช้จ่ายในการเก็บเบี้ยประกัน ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน ค่าใช้จ่ายในการสำรวจและประเมินราคาความเสียหาย ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของเบี้ยประกัน ดังนั้นถ้าเป็นภัยหรือการเสียนั้นที่เล็กน้อยก็จะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

6) ค่าใช้จ่ายในการประกันภัยต้องไม่สูงเกินควร อัตราเบี้ยประกันภัยจะประกอบด้วยส่วนประกอบสองส่วน คือส่วนที่เป็นเบี้ยประกันภัยโดยแท้ (Pure-premium) ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ให้ ความคุ้มครองโดยตรง กับค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมทั้งกำไรถ้าหากส่วนที่เป็นเบี้ยประกันภัยโดยแท้มีจำนวนเพียงเล็กน้อย และส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ ก็ย่อมไม่คุ้มกับค่าที่จะต้องเอาประกันภัย เช่น ถ้าเบี้ยประกันภัยรวมมีจำนวน 100 บาท ในจำนวน 100 นี้เป็นค่าใช้จ่ายและกำไรเสีย 90 บาท เหลือส่วนที่เป็นเบี้ยประกันภัยการเสียนั้นโดยแท้เพียง 10 บาท เช่นนี้ย่อมไม่จำเป็นที่จะต้องมีการประกันภัยจำนวนเบี้ยประกันภัยที่เหมาะสมและสามารถดึงดูดให้คนเอาประกันภัยได้นั้น อัตราส่วนของค่าใช้จ่ายและกำไรต้องไม่สูงเกินควร ซึ่งโดยทั่วไปไม่ควรสูงเกินร้อยละ 50 ของจำนวนเบี้ยประกันภัยรวม

7) เหตุการณ์ที่จะเกิดความเสียหายจะต้องไม่มากในขณะหนึ่ง ดังที่ได้ทราบแล้วว่าการประกันเป็นการเฉลี่ยด้วย คือคนจำนวนมากเฉลี่ยความเสียหาย (เบี้ยประกันภัย) กันคนละเล็ก ละน้อย เพื่อช่วยเหลือแบ่งเบาภาระทางเศรษฐกิจของบุคคลจำนวนน้อย ดังนั้นถ้าหากขณะใดขณะหนึ่งคนจำนวนมากต้องรับภาระในการเสียนั้น คนกลุ่มน้อยย่อมไม่สามารถรับภาระให้การช่วยเหลือได้

5.1.2 ความเสี่ยงภัยที่ไม่อาจเอาประกันภัยได้

หมายถึงลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) การขาดสถิติ การประกันภัยต้องอาศัยสถิติซึ่งรวบรวมจากประสบการณ์ในอดีตเป็นหลักความเสี่ยงภัยที่ไม่อาจคาดคะเนได้ย่อมไม่อาจเอาประกันภัยได้ เช่น ผู้ขายปลีกสินค้าเกี่ยวกับแฟชั่น ไม่อาจเอาประกันภัยความเสียหายที่เกิดจากการเปลี่ยนแฟชั่น โดยกระทันหันได้
- 2) ภัยที่ขัดต่อผลประโยชน์ของสาธารณชน เช่น ผู้ขับจี้รถยนต์ไม่สามารถเอาประกันภัยเพื่อคุ้มครองการเสียหายค่าปรับในกรณีการทำผิดกฎจราจรได้ หรือคนทุจริตไม่สามารถเอาประกันภัยผลของการกระทำผิดของเขาได้
- 3) ความเสี่ยงภัยที่เสี่ยงมากเกินไป เช่น ภัยสงคราม ถือเป็นความรับผิดชอบของรัฐบาลที่จะต้องจ่ายค่าชดเชยให้

5.2 ประโยชน์ของการประกันภัย

การประกันภัยนอกจากจะให้ประโยชน์โดยตรงในด้านการให้ความคุ้มครองการเสี่ยงภัยหรือการลดและบรรเทาความเสียหายให้กับผู้ประสบภัยแล้ว การประกันภัยยังให้ประโยชน์ทางอ้อมหลายประการดังต่อไปนี้

5.2.1. ประโยชน์ต่อผู้เอาประกันภัย

ให้ความคุ้มครองต่อบุคคล ครอบครัวและทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัย เช่น กรณีการประกันชีวิต เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต ทายาทหรือผู้รับประโยชน์ก็จะได้รับเงินเอาประกันภัยเป็นอีกก้อนหนึ่ง ถ้าผู้เอาประกันภัยทำประกันอุบัติเหตุควบคู่ไปกับการประกันชีวิตด้วย เพราะเมื่อผู้เอาประกันประสบอุบัติเหตุจนทุพพลภาพถาวร ก็จะมีรายได้สำหรับเป็นค่ารักษาพยาบาลและเป็นค่าเลี้ยงชีพ ซึ่งทำให้ไม่ต้องเป็นภาระแก่ผู้อื่น ยังช่วยปลุกฝังให้เกิดนิสัยประหยัดและช่วยให้เกิดการออม การประกันภัยเป็นการบังคับให้ผู้เอาประกันภัยต้องฝึกนิสัยประหยัดไปในตัว ทั้งนี้เพราะต้องเก็บเงินไว้ชำระค่าเบี้ยประกันภัยให้ได้ตามกำหนดเวลา ผู้เอาประกันภัยจึงไม่สามารถใช้จ่ายอย่างสุรุ่ยสุร่ายได้เหมือนเดิม และการออมทำให้มีเงินไว้ใช้ยามฉุกเฉิน ยามชรา และหรือ เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นแก่ทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัย ผู้เอาประกันภัยจะได้รับค่าใช้จ่ายชดเชย ค่าเสียหายนั้นจากผู้รับประกันภัย

5.2.2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ

ช่วยให้เกิดความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ ในกรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นไม่ว่าจะเกิดกับทรัพย์สิน หรือเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง ก็จะได้รับ การชดเชยจากผู้รับประกันภัย

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจในการทำธุรกิจ เวลาของนักบริหารเป็นสิ่งที่ มีค่า เพราะผู้บริหารมีงานที่ต้องดูแลรับผิดชอบมาก ความเสี่ยงภัยก็เป็นอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารที่ดีต้อง ตระหนักถึงอยู่เสมอใน การดำเนินธุรกิจ

ช่วยในการขยายเครดิต การประกันภัยช่วยให้การกู้ยืมดำเนิน ไปอย่างสะดวกราบรื่นขึ้น เพราะการประกันภัยจะช่วยสร้างเครดิตให้แก่ผู้กู้

ช่วย ให้เกิดเสถียรภาพในต้นทุนการผลิต นักธุรกิจที่กำลังเผชิญอยู่กับความเสี่ยงภัยย่อม ต้องหาหนทางหรือวิธีที่จะมา จัดการกับความเสี่ยงภัย การโอนความเสี่ยงภัยไปให้บริษัทประกันภัย โดยเสียเบี้ยประกันภัยจำนวนหนึ่ง ที่แน่นอนตามที่ตกลงกันได้

ช่วยส่งเสริมธุรกิจบางประเภทให้เจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ความเสี่ยงภัยมากๆ เช่น ธุรกิจระหว่างประเทศ

5.2.3. ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

ช่วยระดมทุนเพื่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากบริษัทประกันภัยจะได้รับ ค่าตอบแทนในการรับภาระความเสี่ยงภัยแทนผู้เอาประกันภัยในรูปของเบี้ยประกันภัย ช่วยลดภาระ แก่สังคมและรัฐบาล เนื่องจากประกันภัยทำให้บุคคลแต่ละคนมีความรับผิดชอบต่อตนเอง

5.3 แนวคิดการประกันภัยรถยนต์

ความหมายของการประกันภัยรถยนต์ คือ การประกันความเสียหายอันเกิดจากการใช้ รถยนต์ซึ่งได้แก่

1. ความเสียหายที่เกิดแก่รถยนต์
2. ความเสียหายที่รถยนต์ได้ก่อให้เกิดขึ้นแก่ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคลภายนอก รวมทั้งบุคคลที่โดยสารอยู่ในรถยนต์นั้น

การประกันภัยรถยนต์เป็นการประกันวินาศภัยแขนงหนึ่งของการประกันอุบัติเหตุ แต่ในประเทศไทยเราจัดให้การประกันภัยรถยนต์เป็นประเภทหนึ่งต่างจากการประกันอุบัติเหตุ

5.3.1 ประเภทของการคุ้มครองของประกันภัยรถยนต์

1) ประเภทคุ้มครองรวม (Comprehensive cover) เป็นการประกันที่ให้ความคุ้มครองทั้งความเสียหายและความสูญหายต่อรถยนต์ รวมทั้งอุปกรณ์ติดประจำรถและให้ความคุ้มครองความรับผิดต่อบุคคลภายนอกด้วย การประกันประเภทนี้เรียกกันโดยทั่วไปว่า “การประกันภัยประเภทหนึ่ง” ผู้เอาประกันภัยที่ซื้อความคุ้มครองประเภทนี้ จึงสามารถเรียกร้องให้บริษัทชดเชยค่าสินไหมทดแทนได้ ทั้งความเสียหายที่เกิดแก่รถยนต์คันที่เอาประกันภัย และความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่บุคคลภายนอก ซึ่งผู้เอาประกันภัยจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ตามความเสียหายที่แท้จริง แต่ไม่เกินจำนวนเงินที่เอาประกันภัย

2) ประเภทความคุ้มครองความรับผิดต่อบุคคลภายนอก (Liability to third Party) เป็นการประกันที่ให้ความคุ้มครองเฉพาะความรับผิดต่อบุคคลภายนอก หมายความว่า บริษัทจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนเฉพาะ ความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่บุคคลภายนอกเนื่องจากอุบัติเหตุที่นั้น เกิดจากรถยนต์ที่ใช้หรืออยู่ในทางหรือสิ่งที่บรรทุกหรือติดตั้งในรถยนต์นั้นในระหว่างระยะเวลา ประกันภัย ส่วนความเสียหายต่อรถยนต์ ของผู้เอาประกันภัยไม่ได้รับความคุ้มครอง การประกันภัยประเภทนี้เรียกกันโดยทั่วไปว่า “การประกันภัยประเภทสาม”

จะเห็นได้ว่าผู้เอาประกันภัยจะซื้อความคุ้มครองเฉพาะความเสียหายต่อรถยนต์ของผู้เอาประกันภัยเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่อาจขอซื้อความคุ้มครองเฉพาะความรับผิดต่อบุคคลภายนอกเพียงอย่างเดียวได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ขับขี่รถยนต์ด้วยความระมัดระวัง และไม่ค่อยเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ แต่มีความเสี่ยงต่อการสูญหายของรถยนต์มาก ก็อาจขอซื้อความคุ้มครองเฉพาะประเภทคุ้มครองความรับผิดต่อบุคคลภายนอก และขอซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมภัยจากการลักทรัพย์ ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ หรือยักยอกทรัพย์ ต่อรถยนต์คันที่เอาประกันภัย และไฟไหม้ด้วยก็ได้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะเรียกว่า “การประกันภัยประเภทสอง”

5.3.2 การเลือกซื้อความคุ้มครอง

ผู้เอาประกันภัยอาจเลือกซื้อความคุ้มครองเฉพาะภัยใดภัยหนึ่งแต่เพียงภัยเดียวหรือจะซื้อความคุ้มครองครบทั้งสามภัยก็ได้ เช่น ผู้เอาประกันภัยเห็นว่า การประกันภัยภาคบังคับได้ซื้อความคุ้มครอง

ความรับผิดชอบสำหรับบุคคลภายนอกและผู้โดยสารไว้เป็นการเพียงพอแล้ว ก็อาจจะซื้อความคุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกแต่เพียงอย่างเดียวก็สามารถทำได้

5.3.3 จำนวนเงินที่ให้ความคุ้มครอง

ไม่เกินจำนวนเงินจำกัดความรับผิดชอบที่ระบุไว้ในตารางกรมธรรม์ เช่น หนึ่งแสนบาทต่อหนึ่งคน และหนึ่งล้านบาทต่อหนึ่งคน และหนึ่งล้านบาทต่อหนึ่งครั้ง ในรอบปีกรมธรรม์อาจมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นหลายครั้ง บริษัทต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนทุกครั้ง ปัจจุบันมีการประกันภัยภาคบังคับซึ่งเจ้าของรถต้องทำประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถอยู่แล้ว ดังนั้นกรมธรรม์ภาคสมัครใจจะระบุเฉพาะส่วนที่เกินจากภาคบังคับเท่านั้น

5.3.4 การขยายความคุ้มครอง

นอกจากกรมธรรม์จะให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัยแล้ว กรมธรรม์ยังได้ขยายความคุ้มครองไปถึงบุคคลอื่นด้วย ดังต่อไปนี้

1. การคุ้มครองความรับผิดของผู้ขับขี่ บริษัทจะถือว่าบุคคลใดซึ่งขับขี่รถยนต์โดยได้รับความยินยอมจากผู้เอาประกันภัยเสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัยเอง แต่มีเงื่อนไขว่า

1.1 บุคคลนั้นต้องปฏิบัติตามเสมือนหนึ่งเป็นผู้เอาประกันภัยเองและอยู่ภายใต้ข้อกำหนดตามกรมธรรม์นี้

1.2 บุคคลนั้นไม่ได้รับการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนจากกรมธรรม์อื่นหรือได้รับแต่ไม่เพียงพอบริษัทจึงจะรับผิดชอบชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเฉพาะส่วนที่เกินเท่านั้น

2. การคุ้มครองความรับผิดของผู้โดยสาร ในบางครั้งผู้ที่นั่งมาในรถยนต์อาจประมาทเดินเลื้อ เช่น กำลังจะลงจากรถยนต์ขณะรถจอดเปิดประตูออกมาเป็นเหตุให้โดนรถจักรยานยนต์ทำให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ได้รับบาดเจ็บ

3. การคุ้มครองนายจ้าง กรมธรรม์นี้ให้ความคุ้มครองถึงนายจ้างซึ่งมิใช่ผู้เอาประกันภัยเมื่อนายจ้างจะต้องรับผิดชอบจากการใช้รถยนต์คันเอาประกันภัยโดยลูกจ้างในทางการที่จ้าง

4. การคุ้มครองค่าใช้จ่ายต่อสูัคดี หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่อสูัคดีทางแพ่งเท่านั้น ไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายต่อสูัคดีอาญา ซึ่งเป็นคนละกรณีกัน

5.3.5 การยกเว้นความคุ้มครอง

- 1) การใช้นอกอาณาเขตที่คุ้มครอง (อาณาเขตคุ้มครอง คือ ประเทศไทย)
- 2) การใช้ในทางที่ผิดกฎหมาย เช่น ใช้รถยนต์ไปปล้นทรัพย์ หรือใช้โฆษณาเสพติด ถือว่าเป็นการใช้รถเพื่อประโยชน์ในทางที่ผิดกฎหมาย
- 3) การใช้ในการแข่งขัน หรือทดลองความทนทาน หรือความเร็วในทางกีฬา เนื่องจากการกระทำดังกล่าวถือเป็นการเพิ่มขีดความเสี่ยงภัยให้สูงขึ้น
- 4) การใช้ลากจูงหรือผลักดัน เว้นแต่รถที่ถูกลากจูงหรือถูกผลักดันได้ประกันภัยไว้กับบริษัทด้วยหรือเป็นการลากจูงโดยสภาพ หรือรถที่มีระยะห้ามล้อเชื่อมโยงถึงกัน
- 5) การใช้โดยบุคคลของอู่ เมื่อรถยนต์ได้มอบให้อู่ทำการซ่อม เว้นแต่การซ่อมนั้นบริษัทเป็นผู้สั่งหรือให้ความยินยอม
- 6) การขับขี่โดยบุคคลที่ไม่เคยได้รับใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ใดๆ หรือเคยได้รับแต่ถูกตัดสิทธิตามกฎหมาย หรือใช้ใบอนุญาตขับรถจักรยานยนต์ไปขับขี่รถยนต์
- 7) การขับขี่โดยบุคคลขณะที่อยู่ภายใต้ฤทธิ์สุรายาเมมาถึงขนาดที่ไม่สามารถควบคุมรถยนต์ได้
- 8) ความรับผิดซึ่งเกิดขึ้นจากสัญญาที่ผู้เอาประกันภัยทำขึ้น ซึ่งถ้าไม่มีสัญญานั้นแล้ว ความรับผิดของผู้เอาประกันภัยจะไม่เกิดขึ้น

5.3.5 ระยะเวลาคุ้มครองหรือระยะเวลาประกันภัย

บริษัทจะออกกรมธรรม์ให้มีระยะเวลาคุ้มครองหรือระยะเวลาประกันภัยเกินกว่า 1 ปีไม่ได้ แต่ให้ขยายเวลาประกันภัยได้โดยการออกเอกสารแนบท้าย และระยะเวลาที่เกินกว่าหนึ่งปีนั้น รวมกันแล้วต้องไม่เกิน 90 วัน โดยคิดเบี้ยประกันเฉลี่ยเป็นรายวัน

6. แนวคิดเกี่ยวกับการชดเชยค่าสินไหมทดแทน

ในกรณีของการประกันวินาศภัยเช่น การประกันภัยรถยนต์ นั้นเมื่อมีวินาศภัยเกิดขึ้น ทำให้ผู้เอาประกันภัยหรือบุคคลอื่น ๆ ได้รับความเสียหาย ผู้รับประกันภัยย่อมมีพันธะตามสัญญาประกันภัยในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งของผู้เอาประกันภัยในการจัดทำประกันภัยมีเพียง 2 โอกาสคือ ขาดทุนกับเสมอตัว การเกิดกำไรจากการประกันภัยนั้นตามหลักการแล้วจะไม่มี เว้นแต่ผู้เอาประกันภัยบางรายที่ได้ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างจงใจที่จะกระทำผิด ซึ่งเรียกว่า Moral Hazard ซึ่งเป็นสภาวะของความเล็งภัยที่เกิดจากการกระทำผิดศีลธรรม และหวังจะได้รับการชดเชยจากบริษัทประกันภัย ซึ่งเหตุการณ์ลักษณะนี้เคยเกิดขึ้นในอดีตจำนวนไม่น้อย สภาพดังกล่าวในปัจจุบันอาจมีพบเห็นอยู่บ้างแต่ก็ไม่มากเหมือนในอดีต ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาทางด้านการศึกษาของประชาชนในประเทศดีขึ้นกว่าอดีต ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการอ่านออกเขียนได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ประชาชนเริ่มหันมาห่วงใยครอบครัวของตนเอง การสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัว หรือการสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว นับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพิจารณา ค่าสินไหมทดแทนของบริษัทประกันภัย ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติจะมีอยู่ด้วยกัน 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การรับแจ้งเหตุ เมื่อบริษัทประกันภัยได้รับแจ้งเหตุจากผู้เอาประกันภัย ก็จะสอบถามรายละเอียดถึงลักษณะความเสียหายที่เกิดขึ้นว่าเกิดจากเหตุใด สถานที่เกิดเหตุอยู่ที่ไหน (กรณีรถยนต์) นอกจากนั้นก็จะสอบถามรายละเอียดของผู้เอาประกันภัย หลังจากนั้นก็จะตรวจสอบ ข้อมูลภายในกรมธรรม์ว่า กรมธรรม์ประกันภัยที่ผู้แจ้งกล่าวถึงนั้น ได้รับความคุ้มครองจากสาเหตุที่เกิดขึ้นหรือไม่ ถ้าหากไม่ ก็จะดำเนินการแจ้งกลับไปยังผู้แจ้งว่า ขอบเขตความคุ้มครองของกรมธรรม์ประกันภัยที่ได้ซื้อความคุ้มครองไว้เป็นอย่างไร แต่ถ้าสาเหตุความเสียหายที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินที่ได้เอาประกันภัยไว้ ก็จะรีบดำเนินการจัดการขั้นตอนต่อไป

2. การสำรวจความเสียหาย หลังจากได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลของผู้เอาประกันภัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนการเข้าทำการสำรวจความเสียหาย ซึ่งในขั้นตอนนี้บริษัทประกันภัยก็จะพิจารณาจัดส่งบุคลากรของบริษัทประกันภัยเข้าไปทำการสำรวจความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น หรือว่าจ้างบริษัทสำรวจภัย (Surveyer) ในกรณีว่าจ้างบริษัทสำรวจภัยเข้าทำการสำรวจภัยนั้น อาจมีสาเหตุมาจากลักษณะของอุตสาหกรรมนั้น ๆ หรือภัยที่รับประกันนั้น ๆ ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เข้าทำการตรวจสอบสาเหตุของความเสียหายที่เกิดขึ้น แต่ในบางกรณีที่บริษัทประกันภัยขาดแคลนบุคลากร ก็อาจว่าจ้างบริษัทสำรวจภัยเข้าทำการสำรวจเช่นกัน ไม่ว่าจะการเข้า

ทำการสำรวจความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจะกระทำโดยบุคคลใดก็ตาม ผู้สำรวจจะต้องตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือเก็บรวบรวมหลักฐานที่เกิดขึ้นเพื่อนำกลับมาประกอบการพิจารณาค่าสินไหมทดแทน ซึ่งในบางครั้งบางโอกาส ผลจากการสำรวจเบื้องต้นอาจพบว่า ลักษณะของความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้น ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทประกันภัย ผู้สำรวจก็จะนำบันทึกรายงานการสำรวจพร้อมสรุปข้อคิดเห็นส่งกลับมายังบริษัทฯ

3. การพิจารณาชดเชยค่าสินไหมทดแทน ขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับรายงานการสำรวจ พร้อมหลักฐานข้อมูลของความสูญเสียหรือความเสียหาย ผู้พิจารณาชดเชยค่าสินไหม (Adjuster) ก็จะประเมินความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น สำหรับในกรณีที่ได้รับความคุ้มครองภายใต้เงื่อนไขกรมธรรม์ ส่วนในกรณีที่ความเสียหายที่เกิดขึ้นไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้เงื่อนไขกรมธรรม์ ก็จะทำการชี้แจงให้ผู้เอาประกันภัยทราบถึงสาเหตุที่ไม่ได้รับความคุ้มครอง

4. การชดเชยค่าสินไหมทดแทน ขั้นตอนนี้จะเป็นอย่างขั้นตอนสุดท้ายที่ได้ทำการประเมินมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง และชดเชยตามสภาพที่แท้จริง ซึ่งหลักการชดเชยค่าสินไหมทดแทนของบริษัทประกันภัยอาจพิจารณาชดเชยในรูปแบบต่าง ๆ กันคือ

4.1 การจ่ายชดเชยเป็นเงินสด และให้ผู้เอาประกันภัยดำเนินการซ่อมแซมหรือจัดซื้อจัดหาทรัพย์สินมาทดแทนเอง

4.2 บริษัทประกันภัยดำเนินการซ่อมแซมให้เอง

4.3 บริษัทประกันภัยจัดหาทรัพย์สินที่อยู่ในสภาพเดียวกันมาทดแทนของเดิม

4.4 ในบางครั้งบางโอกาสที่ความเสียหายที่เกิดขึ้นไม่ได้รับความคุ้มครอง แต่บริษัทประกันภัยอาจรับพิจารณาชดเชยให้ อาจมีสาเหตุมาจากผู้เอาประกันภัยเป็นลูกค้ำที่เดิมตลอด บริษัทประกันภัยก็อาจช่วยพิจารณาชดเชยค่าสินไหมทดแทนบางส่วนให้กับผู้เอาประกันภัย หลักเกณฑ์การชดเชยค่าสินไหมทดแทนประเภทนี้เรียกว่า สินไหมกรุณา(Ex-Gratia Payment)

หลักการจัดการค่าสินไหมทดแทนของบริษัทประกันภัยทั้ง 4 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการทำงานของบริษัทประกันภัย สำหรับระยะเวลาในการดำเนินการจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับหลักฐานและข้อมูลที่จะได้รับว่าเร็วมากน้อยเพียงใด ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไป หลังจากได้ตกลงยินยอมที่จะชดเชยค่าสินไหมทดแทนกัน หรือลงนามในสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว บริษัทประกันภัยก็จะดำเนินการจ่ายค่าสินไหมทดแทนต่อไป หลังจากที่ได้รับทราบถึงกระบวนการในการดำเนินการจัดการค่าสินไหมทดแทนของบริษัทประกันภัยแล้ว ก็มาถึงหลักและวิธีการในการประเมินค่าสินไหมทดแทนของผู้พิจารณาค่าสินไหมทดแทน (Loss Adjuster) ของบริษัท ประกันภัย หรือของบริษัทสำรวจภัย (Surveyor) ก็จะมีขั้นตอนการทำงานคล้าย ๆ กันที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ

เมื่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยได้รับความเสียหายจากภัยที่ได้รับความคุ้มครอง ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย Loss Adjuster ก็จะทำการประเมินมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจริงตามกระบวนการ โดยการตรวจสอบมูลค่าทรัพย์สินว่าได้จัดทำ ประกันภัยไว้เต็มมูลค่าหรือไม่ หากมูลค่าทรัพย์สินที่จัดทำประกันภัยไว้มีมูลค่าใกล้เคียงกับทรัพย์สินที่ได้รับความเสียหาย Loss Adjuster ก็จะประเมินในขั้นต่อไปถึงการดำเนินการซ่อมแซม หรือจัดหาทรัพย์สินมาทดแทนทรัพย์สินเดิมที่ได้รับความเสียหาย หรืออาจจ่ายค่าสินไหมเป็นเงินสดให้กับผู้เอาประกันภัยตามความเสียหายจริงที่เกิดขึ้น แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งนอกเหนือจากกรมธรรม์ประกันภัยฉบับนั้น ๆ จะให้ความคุ้มครองเงื่อนไขพิเศษที่จะทำให้ผู้เอาประกันภัยได้รับความคุ้มครองเพิ่มเติม จากเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัยปกติใช้อยู่ดังนี้

1. Clearance of Debris Clause เป็นเงื่อนไขที่ว่าด้วยการขนย้ายซากปรักหักพัง ซึ่งจะรวมถึงบรรดาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการสร้างสิ่งค้ำยัน หรือกระบวนการจัดทำความสะอาด ในเงื่อนไขพิเศษนี้ บางกรมธรรม์อาจจะกำหนดจำนวนเงินความรับผิดชอบไว้ชัดเจน บางกรมธรรม์อาจ ไม่กำหนดวงเงิน ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแทนหรือนายหน้าจะเสนอจำนวนเงินจำกัดความรับผิดชอบมา โดยบริษัทประกันภัยจะทำหน้าที่ในการพิจารณาว่าเหมาะสมหรือไม่

2. Professional Fees Clause เป็นเงื่อนไขพิเศษที่ว่าด้วยวิชาชีพ ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายที่จำเป็นสำหรับค่าจ้างที่ใช้จ่ายสำหรับสถาปนิก พนักงานสำรวจ วิศวกรที่ปรึกษา รวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญพิเศษที่ปรึกษากฎหมาย และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ เพื่อการประเมินราคา ออกแบบ กำหนดมาตรฐานการประมูล และการควบคุมงานอันเกิดจากการซ่อมแซมหรือสร้างขึ้นมาใหม่ แทนทรัพย์สินที่ได้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหาย

3. All Other Contents Clause เป็นเงื่อนไขพิเศษที่ว่าด้วยทรัพย์สินอื่น ๆ ที่อยู่ภายในอาคาร ซึ่งทรัพย์สินดังกล่าวเป็นทรัพย์สินที่อยู่นอกเหนือจากทรัพย์สินที่ได้เอาประกันภัยไว้ เช่น เงินสด อาคารแสดมภ์ เอกสารต้นฉบับ สำเนาเอกสาร สมุดบัญชี แม่แบบ แบบพิมพ์ต่าง ๆ เสื้อผ้า เครื่องใช้ต่าง ๆ ของพนักงาน โดยในเงื่อนไขนี้จะกำหนดวงเงินไว้เป็นจำนวนหนึ่งต่อรายการ ทรัพย์สิน

4. Expediting Clause เป็นเงื่อนไขพิเศษที่ว่าด้วยค่าใช้จ่ายซ่อมแซมงานเร่งด่วน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นกรณีพิเศษที่จะต้องเร่งรัดซ่อมแซมทรัพย์สินที่เสียหายให้กลับคืนสู่สภาพเดิมโดยเร็วที่สุด ได้แก่ ค่าล่วงเวลา ค่าใช้จ่ายในการทำงานในวันหยุด ค่าขนส่งอะไหล่ทางอากาศ (Airfreight Cost) โดยทั่ว ๆ ไปจะกำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์ของความเสียหาย

5. Fire Extinguishing Expenses Clause เป็นเงื่อนไขพิเศษที่ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการดับเพลิง โดยบริษัทประกันภัยจะชดใช้ค่าใช้จ่ายในการดับเพลิงเท่าที่จำเป็นที่เกิดขึ้นจากกระบวนการในการดับเพลิง ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ใช้ในการดับเพลิงด้วย หากผู้อุปประกันภัยได้ตรวจสอบเงื่อนไขกรมธรรม์ประกันภัยว่า ได้มีเงื่อนไขพิเศษดังกล่าวระบุอยู่ในกรมธรรม์ประกันภัย เหนือก็จะได้รับการชดใช้ค่าสินไหมทดแทน รวมถึงบรรดาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอีกด้วย

การประกันภัยรถยนต์กับการชดใช้ค่าสินไหมเป็นเรื่องเดียวกันที่ไม่อาจแบ่งแยกได้เจ้าของรถยนต์ที่ทำประกันภัยไว้กับบริษัทประกันภัยก็หวังจะได้รับความคุ้มครองและชดใช้ค่าสินไหมตามสัญญาประกันภัย การที่บริษัทประกันภัยปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมโดยไม่มีเหตุผลเพียงพอ การจ่ายสินไหมน้อยกว่าความเสียหายที่แท้จริง การประวิงการจ่ายค่าสินไหม การบริการที่ไม่ดี การซ่อมแซมที่ไม่มีคุณภาพ ก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยด้วยกันทั้งสิ้น ตรงกันข้ามหากบริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริตให้บริการเป็นที่ประทับใจ บริษัทย่อมได้รับความเชื่อถือ นำมาสู่ชื่อเสียง และจำนวนลูกค้าที่จะให้ความไว้วางใจและทำประกันภัยกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด ได้ให้ความสำคัญในจุดนี้ด้วย เช่นเดียวกัน จึงได้มุ่งพัฒนาคุณภาพการบริการ และการพิจารณาชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้ถูกต้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่ายให้มากที่สุด

ในปี พ.ศ. 2554 นี้ บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด มีแผนงานที่จะขยายตลาดด้านการรับประกันภัยรถยนต์เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ดังนั้นฝ่ายสินไหมรถยนต์ที่ทำหน้าที่โดยตรงในการพิจารณาชดใช้ค่าสินไหมทดแทน (รถยนต์) จึงมีการปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการชดใช้ค่าสินไหมทดแทน (รถยนต์) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันนโยบายทางด้านตลาดของบริษัทฯ ที่เน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นสำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการทำให้ฝ่ายสินไหมรถยนต์มีการให้บริการในลักษณะของศูนย์บริการจุดเดียว (One Stop Service) ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้มาติดต่อขอรับบริการในลักษณะที่สมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อให้เสียเวลาน้อยที่สุด แต่สามารถได้รับบริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน โดยมีการฝึกอบรมพนักงานทุกตำแหน่ง ให้มีความรู้ความสามารถในเรื่องการให้บริการและหลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนที่ถูกต้อง และเป็นธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มที่เข้ามาติดต่อ

การให้บริการแบบศูนย์บริการจุดเดียว (One Stop Service) นั้น บริษัทฯ ได้ให้สาระสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ให้มีการบริการในสถานที่แห่งเดียว เพื่อเป็นศูนย์รวมด้านการให้บริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง

2. ต้องยึดหลักที่ว่า ผู้มาติดต่อ ต้องได้รับการเสร็จสิ้นในคราวเดียว ไม่ต้องกลับมาติดต่อซ้ำซ้อนหลายครั้ง

3. การให้บริการต้องมีความสัมพันธ์และผสมผสานอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีทำงานบริการต่างๆ ไม่อาจทำให้เสร็จได้ภายในระยะเวลา วันเดียวบริษัทฯ จะมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างรัดกุมและเหมาะสม ตลอดจนต้องชี้แจงผู้มาติดต่อให้ทราบอย่างชัดเจนว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรในการมาติดต่อขอรับบริการในคราวต่อไป

4. ระยะเวลาในการติดต่อขอรับบริการต้องน้อยที่สุด

ดังนั้นแนวทางในการให้บริการแบบศูนย์บริการจุดเดียว (One Stop Service) จึงเป็นการสร้างระบบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยเน้นความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก เพื่อให้ได้รับบริการด้วยความพึงพอใจมากที่สุด

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินไหมรถยนต์ บริษัท ไทยศรีประกันภัย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร” นั้นมุ่งศึกษาถึงการให้บริการระหว่างบุคคลระหว่างเจ้าหน้าที่สินไหมผู้ให้บริการกับผู้เข้ามาใช้บริการ โดยเน้นความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

สันติ เจริญไชย ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและการได้รับการบริการจากการประกันภัยรถยนต์ ของบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด สาขาอุดรธานี พบว่าผู้เอาประกันภัยมีความคาดหวังจากการได้รับการประกันภัยรถยนต์โดยรวม และราย 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้เอาประกันภัยอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับสูงแต่ได้รับการดังกล่าวโดยรวม และราย 4 ด้าน อยู่ในระดับ ปานกลาง และในด้านความเชื่อถือ พบว่าได้รับการอยู่ในระดับที่สูง ผู้เอาประกันภัยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ มีความคาดหวังและการได้รับการ โดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้เอาประกันที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และประเภทการประกันภัยมีความคาดหวังในการบริการด้านความเชื่อถือแตกต่างกัน และได้รับการบริการจริงโดยรวม ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกัน แต่ผู้เอาประกันภัยที่มีรายได้ต่างกัน ได้รับการบริการจริงโดยรวม และเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้เอาประกันภัยที่มี

ความคาดหวังจากการได้รับบริการสูงกว่าความเป็นจริงที่รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัชชัย โกมลศรี ศึกษาความคาดหวังและความเป็นจริง ต่อบริการหลังการขาย ตามทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัททวักิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการบริการหลังการขายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวม และรายด้าน 5 ด้าน ได้แก่ด้านสิ่งที่เห็นด้วยตา ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัททวักิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี และเปรียบเทียบความคาดหวังกับความเป็นจริงต่อการบริการหลังการขายของผู้มีส่วนได้เสีย ที่มีลักษณะส่วนบุคคล และประเภทการประกันภัยที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้เสียมีความคาดหวังต่อการบริการของการประกันภัยรถยนต์โดยรวม และราย 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก มีความเป็นจริงที่รับบริการโดยรวม และรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ สิ่งที่เห็นด้วยตา ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านความรับผิดชอบต่อความเป็นจริงที่รับบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยการติดต่อผู้ใช้บริการเมื่อถูกเรียกมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ผู้มีส่วนได้เสียที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันในเรื่องเพศ การศึกษา อายุ มีความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน ผู้มีส่วนได้เสียที่มีความแตกต่างกันในเรื่องรายได้มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน แต่ความเป็นจริงที่รับบริการด้านความรับผิดชอบต่อความเป็นจริงที่รับบริการแตกต่างกัน ผู้มีส่วนได้เสียที่อาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการบริการ เฉพาะในด้านความรับผิดชอบต่อความเป็นจริงที่รับบริการโดยรวม และรายด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน ส่วนความเป็นจริงที่รับบริการก็ไม่แตกต่างกัน ผู้มีส่วนได้เสียที่มีประเภทการใช้บริการต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน เฉพาะในด้านสิ่งที่เห็นด้วยตา ด้านความรับผิดชอบต่อความเป็นจริงที่รับบริการโดยรวม และรายด้านต่างๆไม่แตกต่างกัน ยกเว้นการบริการด้านสิ่งที่เห็นด้วยตาที่มีความแตกต่างกัน โดยความคาดหวังต่อการบริการสูงกว่าความเป็นจริงที่รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิลาวัลย์ นิมทัศนศิริ (2549) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษาสาขาย่อยภายในห้างสรรพสินค้ากรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยภายในห้างสรรพสินค้า 2) ศึกษาความสัมพันธ์

ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยภายในห้างสรรพสินค้า และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยภายในห้างสรรพสินค้า โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกชนิดกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง สาขาย่อยเดอะมอลล์บางกะปิ สาขาย่อยเมเจอร์รังสิต และสาขาย่อยแฟชั่นไอซ์แลนด์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเก็บสาขาละประมาณ 133 ตัวอย่าง ระหว่างเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2548 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ การทดสอบค่าความเข้มข้นความสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท / เดือน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้หรือรู้จักธนาคารในลักษณะสาขาย่อยด้วยตนเอง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะใกล้สถานที่ทำงาน โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือน และใช้บริการประเภทฝากเงิน – ถอนเงินในช่วงเวลา 18.00 - 20.00 น. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ สถานที่ให้บริการและทำเลที่ตั้ง บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยที่พักอาศัยและสถานที่ทำงาน สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการ ได้แก่ ทางด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ให้บริการ และทำเลที่ตั้ง ส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

เสาวลักษณ์ ชลสาคร (2546) ศึกษาการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในห้างสรรพสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง จากผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในบริเวณห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง คือ ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว และห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์งามวงศ์วาน ช่วง 1 – 29 กุมภาพันธ์ 2547 และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทดสอบค่าไคสแควร์ และค่าสหสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและ

รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในห้างสรรพสินค้า จากการสำรวจพบว่า สถานที่ตั้งที่เลือกใช้บริการมากที่สุด ได้แก่สาขาของธนาคาร จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนจำนวน 1 – 3 ครั้ง ใช้บริการในช่วงวันจันทร์ – วันพฤหัสบดี มากที่สุด ช่วงเวลา 15.31 – 24.00 น. สื่อโฆษณาที่ทำให้ทราบว่ามีบริการ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และอัตราค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นปัจจัยหลัก และความสะดวกรวดเร็วในการทำรายการเป็นปัจจัยรองลงมา และปัจจัยด้านพนักงานคอยแนะนำบริการให้ความสำคัญน้อยที่สุด การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในห้างสรรพสินค้า กับปัจจัยส่วนบุคคล โดยการหาค่าสถิติ ไคสแควร์พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับธนาคารที่ใช้บริการ และค่าธรรมเนียม อายุมีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารที่เลือกใช้ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ และสื่อโฆษณา สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของธนาคาร ธนาคารที่เลือกใช้ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงวันที่ใช้บริการ สื่อโฆษณา และค่าธรรมเนียม การศึกษามีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของธนาคาร ธนาคารที่เลือกใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สื่อโฆษณา รวมทั้งค่าธรรมเนียม อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของธนาคาร ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และสื่อโฆษณา ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของธนาคาร ธนาคารที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงวันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ การมีสื่อโฆษณาและค่าธรรมเนียม

ลัทธชัย จริยวิทยานนท์ (2543) ศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการให้บริการลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งประชากรที่ใช้การวิจัย คือลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 180 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T – test และ F – test

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี การศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี อาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า 1 – 5 ปี เป็นลูกค้าธนาคารอื่นด้วย 1 ธนาคาร
2. ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และพึงพอใจน้อยที่สุดด้านสถานที่ประกอบการ
3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้บริการ และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า