

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ ซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่างจากจำนวนเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ที่จดทะเบียนรถกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ และได้มีการจัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีรถยนต์ที่จดทะเบียนส่วนบุคคลในนามของตนเองที่ใช้งานอยู่เป็นประจำ 1 คัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว ประกอบอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก่งมากที่สุดคือผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่ใช้รถกระบะมากที่สุดคือ ผู้ประกอบอาชีพราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ใช้รถตู้มากที่สุดคือ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดทำกรมธรรม์ประกันภัยภาคสมัครใจประเภท 1 โดยเหตุผลที่จัดทำประกันภัยภาคสมัครใจเพราะส่วนใหญ่เล็งเห็นประโยชน์ของการทำประกันภัยที่ช่วยแบ่งเบาภาระความเสี่ยงภัย และรถยนต์อยู่ระหว่างเช่าซื้อ ต้องทำประกันภัยตามข้อบังคับของสัญญา โดยเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องชำระต่อปีเป็นจำนวนเงินระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท โดยบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่

ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุดและบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการจัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมากที่สุดคือ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

#### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

#### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ

เมื่อนำส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละปัจจัยมาจำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

#### **1. รถเก๋ง**

##### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

##### **ปัจจัยด้านราคา**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปาน

กลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

#### **ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ สถานีที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถแท็กซี่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถแท็กซี่ ให้ความสำคัญคือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ

## 2. รถกระบะ

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

### ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญคือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญคือ สถานที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถ กระบะ ให้ความสำคัญคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัท ประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญคือ พนักงานเคลมมีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยให้ข้อมูลได้ชัดเจน

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาค สมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะให้ ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถกระบะ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ รถกระบะให้ความสำคัญคือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงาน เคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ

### **3. รถตู้**

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปาน กลาง โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัท ประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

### ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญคือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญคือ มีสาขาให้บริการทั่วประเทศจำนวนมาก

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ให้ความสำคัญคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ

### ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญคือ พนักงานของบริษัทมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อยและพนักงานเคลมมีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยให้ข้อมูลได้ชัดเจน

### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาค

สมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รหัส ให้ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รหัส ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รหัส ให้ความสำคัญคือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ

เมื่อนำส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละปัจจัยมาจำแนกตามประเภทประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามจัดทำ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

#### **1. ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1**

##### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

##### **ปัจจัยด้านราคา**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

##### **ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่ง



ผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ สถานที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ให้ความสำคัญคือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ

## 2. ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

### ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ สถานที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ

### ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ พนักงานเคยมีความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไปตรงมาในการเสนอราคาแก่ลูกค้า

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้ความสำคัญคือ การคำนวณเบี้ยประกันภัยและการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐาน

### **3. ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ**

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย

#### **ปัจจัยด้านราคา**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ มีสาขาให้บริการทั่วประเทศจำนวนมาก

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ และมีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันภัยหลังการซื้อ

### ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ พนักงานเคลมมีความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไปตรงมาในการเสนอราคาแก่ลูกค้า

### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท

3 พิเศษ ให้ความสำคัญคือ การคำนวณเบี้ยประกันภัยและการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐาน

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าผู้ใช้รถยนต์ที่ได้พบจากบริษัทประกันภัย

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการกับบริษัทประกันภัยรถยนต์มากที่สุด ได้แก่ ตัวแทน/พนักงานของบริษัทประกันภัยติดต่อยากและให้บริการช้าและบริษัทประกันภัยแต่ละแห่งมีมาตรฐานการตั้งราคาเบี้ยประกันภัยไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับพิจารณาของบริษัทนั้นๆ รองลงมาได้แก่ ราคาเบี้ยประกันภัยต่อปีสูง การบริการหลังการขายไม่น่าประทับใจ มีการจ่ายเงินชดเชยค่าสินไหมทดแทนกรณีเกิดเหตุซ้ำและตัวแทน/พนักงานของบริษัทประกันภัยไม่สามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับการทำประกันภัยได้ชัดเจน มีรูปแบบประเภทความคุ้มครองให้เลือกไม่หลากหลาย ตัวแทน/พนักงานของบริษัทประกันภัยไม่สุภาพ ซื่อสัตย์หรือคำพูดไม่น่าเชื่อถือ บริษัทไม่ติดตามและให้ความสะดวกกรณีเกิดเหตุจนเสร็จสิ้นกระบวนการ มีการเก็บค่าธรรมเนียมอื่นๆ เพิ่มเติม ชื่อเสียงของบริษัทประกันภัยไม่เป็นที่รู้จักเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อกรมธรรม์ และไม่มีตัวแทน/พนักงานจากบริษัทประกันภัยที่ต้องการมาเสนอขายประกันภัยรถยนต์แก่ท่าน ตามลำดับ

#### อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและปานกลางเท่านั้น โดยเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านราคา

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เนื่องจากธุรกิจรับประกันภัยรถยนต์จัดเป็นธุรกิจที่ให้บริการ การซื้อบริการไม่มีสินค้าที่มีตัวตนเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้ดำเนินธุรกิจรับประกันภัยต้องมีการสร้างชื่อเสียงและคุณภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ อีกทั้งต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งการบริการทั้งก่อนและการ

บริการภายหลังการขาย ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท มีบริการรับแจ้งเหตุตลอด 24 ชั่วโมง ผลประโยชน์ด้านความคุ้มครอง มีกรมธรรม์หลากหลายประเภทให้เลือกทำตามความต้องการ และสามารถยกเลิกกรมธรรม์ก่อนครบกำหนดอายุกรมธรรม์ได้ตามสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าแบบอิสระของขวัญชัย กิตติไพศาลกุล (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษฎา หาญสุภลักษณ์ (2545) ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยตาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยในจังหวัดเชียงรายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท เช่นกัน

#### ปัจจัยด้านราคา (Price)

การจำหน่ายกรมธรรม์ประกันภัยภาคสมัครใจ กฎหมายมิได้บังคับให้เจ้าของรถทุกคันต้องมีเหมือนกับกรมธรรม์ประกันภัยภาคบังคับ (พ.ร.บ) ดังนั้นการแข่งขันในการขายมีสูงเนื่องจากไม่มีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ แต่มีความแตกต่างกันในด้านราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการ และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้ และมีส่วนลดค่าเบี้ยประกันให้ เนื่องจากว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมชำระค่าเบี้ยประกันภัยด้วยเงินสด เพื่อมิให้เสียดอกเบี้ยในการแบ่งผ่อนชำระและเสียค่าธรรมเนียมจากการใช้บัตรเครดิตในการจ่ายชำระค่าเบี้ยประกันภัยเนื่องจากบริษัทประกันภัยส่วนใหญ่จะคิดค่าบริการชำระผ่านบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษฎา หาญสุภลักษณ์ (2545) ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยตาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันภัยมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยน้อยที่สุดคือ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้และสามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้

#### **ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)**

เนื่องจากการประกันภัยภาคสมัครใจไม่มีความแตกต่างกันในด้านของผลิตภัณฑ์ แต่มีความแตกต่างในด้านราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการจึงให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ให้บริการมากในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสาขาและตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่จำนวนมากหาซื้อได้ง่าย สถานที่ตั้งของสาขาบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ และมีสาขาให้บริการทั่วประเทศจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการค้นคว้าแบบอิสระของขวัญชัย กิตติไพศาลกุล (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านทำเลที่ตั้งของบริษัทและความสะดวกในการเดินทางมาติดต่อกับบริษัท มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)**

เนื่องจากการประกันภัยภาคสมัครใจมีความแตกต่างในด้านราคาผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทประกันภัยแต่ละแห่งจำหน่ายในราคาไม่เท่ากัน ดังนั้นการแข่งขันในการจูงใจลูกค้าโดยการใช้การส่งเสริมการตลาดในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจของบริษัทประกันภัยมีความสำคัญมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการให้ของแถมหรือของชำร่วยเมื่อซื้อกรรมธรรม์ประกันภัย มีโปรโมชั่นราคาพิเศษหากซื้อ พ.ร.บ. พร้อมกับประกันภัยภาคสมัครใจ มีบริการเสริมให้รถใช้ระหว่างซ่อม มีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกันภัยหลังการซื้อ และมีป้ายโฆษณารับทำประกันภัยรถยนต์ติดหน้าร้านให้เห็นชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการค้นคว้าแบบอิสระของขวัญชัย กิตติไพศาลกุล (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับ

มาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยมากที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดคือการเสนอขายทางโทรศัพท์

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร (People)**

พนักงานขายเป็นผู้ใกล้ชิดลูกค้ามากที่สุดในบริษัท เป็นเสมือนภาพสะท้อนของบริษัทที่นำเสนอต่อลูกค้า เนื่องจากหากพนักงานขายและพนักงานของบริษัทให้บริการลูกค้าได้ไม่ดี ลูกค้าอาจไม่ตำหนิพนักงานคนนั้นเลย แต่จะตำหนิบริษัท ดังนั้นพนักงานขายจึงเป็นเสมือนตัวแทนที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นอย่างมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานในบริษัทสนใจต้อนรับลูกค้า พนักงานขาย/ตัวแทนมีความน่าเชื่อถือ พนักงานขายให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานของบริษัทมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเป็นกันเองในการให้บริการ พนักงานของบริษัทมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานของบริษัทมีการเอาใจใส่ดีและให้บริการลูกค้าแบบเสมอภาค พนักงานรับแจ้งอุบัติเหตุมีความรวดเร็วในการดำเนินการแก้ไขปัญหาของลูกค้า พนักงานเคลมมีความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไป ตรงมาให้การเสนอราคาแก่ลูกค้า พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานเคลมมีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยให้ข้อมูลได้ชัดเจน และพนักงานบริการลูกค้าคอยดูแลอย่างสม่ำเสมอภายหลังซื้อประกันภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชัย กิตติไพศาลกุล (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ทำประกันภัยรถยนต์โดยสมัครใจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคลากรกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์ โดยที่พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็วในระดับมาก

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)**

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าบริการไม่สามารถมองเห็นได้ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถล่วงรู้ได้ว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับเป็นเช่นไร ดังนั้นเพื่อลดความไม่แน่นอนนั้นผู้บริโภคจะมองหาสัญลักษณ์หรือข้อสังเกตของคุณภาพการให้บริการ โดยประเมินจากสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่บริษัทนำเสนอในด้านภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม สังเกตได้และการสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ มีการจัดรูปแบบร้าน / สำนักงานสวยงามโดดเด่นสะอาดตา มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า ความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ความสะอาดของ



อาคารสถานที่ มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ เช่น ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษฎา หาญสุทธิลักษณ์ (2545) ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกรมธรรม์ประกันภัยตาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย และผลการศึกษาของ สุรพันธ์ อรชุน (2546) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุดคือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ

### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

งานด้านการตลาดบริการ สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรคือการทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งกัน โดยการพัฒนาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง การเสนอคุณภาพการให้บริการที่สูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังว่าจะได้รับการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อพนักงานขาย ประกัน มีขั้นตอนการให้บริการขายที่รวดเร็ว จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการแก่ลูกค้า การคำนวณเบี้ยประกันและการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐาน มีศูนย์รับแจ้งอุบัติเหตุให้ติดต่อแจ้งเหตุได้ตลอด 24 ชั่วโมง ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ ความรวดเร็วในการจัดซ่อมรถลูกค้า ความรวดเร็วในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้แก่ลูกค้า มีการโทรศัพท์แจ้งเตือนต่อประกันภัยก่อนหมดอายุกรมธรรม์ และมีศูนย์บริการลูกค้าคอยดูแลและให้บริการคำแนะนำแก่ลูกค้ากรณีมีปัญหา และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานหรือตัวแทนของบริษัทมาพบและแนะนำข้อมูลนอกสถานที่แก่ลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

### ข้อค้นพบ

ผู้ตอบแบบสอบถามจัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเพียง 3 ประเภทเท่านั้น ได้แก่ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 และประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 พิเศษ ส่วนประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 2 และประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 4 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามรายใดจัดทำเลย

การทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดทำกรมธรรม์ประกันภัยภาคสมัครใจประเภท 1 ซึ่งให้ความคุ้มครองรวมครอบคลุมที่สุด คือคุ้มครองตัวรถประกันและรถคู่กรณี คุ้มครองชีวิต ร่างกายของบุคคลภายนอก รวมถึงกรณีรถประกันสูญหายหรือไฟไหม้ โดยเหตุผลที่เลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเพราะเล็งเห็นประโยชน์ของการทำประกันภัยที่ช่วยแบ่งเบาภาระความเสี่ยงภัยและรถยนต์อยู่ระหว่างเช่าซื้อ ต้องทำประกันภัยตามข้อบังคับของสัญญา และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุของผู้จัดทำแล้วพบว่า ยิ่งระดับช่วงอายุเพิ่มสูงขึ้น เหตุผลในการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ประกอบการตัดสินใจยังมีหลายองค์ประกอบมากตามไปด้วย อาจเพราะช่วงวัยเพิ่มขึ้น ภาระด้านต่างๆ ของลูกค้ำก็มีมากขึ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งจึงต้องมีการพิจารณาให้รอบคอบเหมาะสมตามไปด้วย

บริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด บริษัทไทยพาณิชย์ประกันภัยจำกัด (มหาชน) และบริษัท กรุงเทพประกันภัยจำกัด (มหาชน) โดยบริษัทเปิดดำเนินการมานานกว่า 64 ปีและมีประสบผลสำเร็จในการให้บริการลูกค้าในเรื่องการเคลม โดยลูกค้าเดิมแนะนำลูกค้าใหม่ให้โดยวิธีปากต่อปาก และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ได้รับการไว้วางใจเลือกใช้บริการจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นอันดับแรกด้วย รองลงมาคือ บริษัท สหมงคลประกันภัย จำกัด และบริษัท ธนชาติ ประกันภัย ส่วนไทยพาณิชย์ประกันภัยเปลี่ยนแปลงชื่อมาจากเดิมคือ บริษัทไทยพาณิชย์สามัคคีประกันภัย จำกัดควบรวมกิจการกับธนาคารไทยพาณิชย์และใช้ชื่อเดียวกับธนาคารซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่เดิมอยู่แล้วจึงได้รับการรู้จักจากลูกค้าเดิมจำนวนมาก และบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด(มหาชน) และบริษัทแอล เอ็ม จี ประกันภัยจำกัด เหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยรู้จัก เพราะทั้ง 3 บริษัทนี้ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์บริษัทให้ลูกค้ารับรู้

จากผลการศึกษาจะพบว่าบริษัทส่วนใหญ่ที่ลูกค้ารู้จักหรือเลือกใช้บริการส่วนหนึ่งจะเป็นบริษัทในเครือของธนาคาร เช่น ไทยพาณิชย์ประกันภัย เครือธนาคารไทยพาณิชย์ มีฐานลูกค้าเดิมจากของธนาคารอยู่เดิมแล้ว และ ธนชาติประกันภัย จำกัด เดิมเป็นบริษัทประกอบธุรกิจด้านลิสซิ่งแล้วยกสถานะมาเป็นธนาคารในปัจจุบัน มีฐานลูกค้าลิสซิ่งเดิมอยู่แล้วและมีการบังคับทำประกันภัยกับบริษัทในกรณีเป็นลูกค้าในส่วนลิสซิ่ง ด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเกษตรกร / รับจ้าง ทุกคนใช้รถกระบะเป็นพาหนะ เนื่องจากรถกระบะสามารถใช้งานได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการขนย้าย หรือบรรทุกของ สะดวกในการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบ ช่วยให้เกิดความสะดวกรบายเอื้อต่ออาชีพจึงไม่มีการใช้รถประเภทอื่นเลย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมากกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 พิเศษมีอัตราส่วนในการจัดทำสูงสุด และประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 1 และประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทประกันภัยคือ กลุ่มอาชีพ 3 กลุ่มนี้ แต่ยังมีลูกค้ากลุ่มอาชีพอื่นที่มีการซื้อประกันภัยภาคสมัครใจอีก หากบริษัทประกันภัยต้องการเพิ่มฐานลูกค้าก็ยังคงเหลือกลุ่มเป้าหมายอีกหลายอาชีพให้เจาะตลาด ดังนั้นหากบริษัทใดมีการวางแผนการตลาดและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วเลือกนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับกลุ่มลูกค้าเหล่านั้นได้ก็มีโอกาสเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทของตนเองได้ รวมทั้งต้องรักษาลูกค้าเดิมของบริษัทไว้ด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกินปี 20 ใช้เหตุผลประกอบการตัดสินใจทำประกันภัยภาคสมัครใจน้อย อาจเนื่องมาจากอยู่ในช่วงวัยศึกษา เงินที่นำมาใช้จ่ายได้มาจากผู้ปกครอง จึงไม่ค่อยรอบคอบในการตัดสินใจใช้จ่าย แต่เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุเพิ่มขึ้น มีภาระความรับผิดชอบมากขึ้น เหตุผลประกอบการตัดสินใจซื้อและการใช้จ่ายเงินก็มีมากขึ้นตาม มีการพิจารณาปัจจัยหลายๆ ด้านอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในระดับใดหรือสำเร็จการศึกษาในระดับใดก็ตาม ต่างเล็งเห็นประโยชน์ของการทำประกันภัย ที่ช่วยแบ่งเบาภาระความเสี่ยงภัย และเพื่อป้องกันทรัพย์สินและคุ้มครองตนเอง จากความเสี่ยงทางรถยนต์ที่อาจเกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าหากเงื่อนไขและความคุ้มครอง ค้ำค่ากับเงินที่ต้องจ่าย ผู้ใช้รถยนต์ก็ยินดีจะจ่ายเงินซื้อประกันภัยภาคสมัครใจ

เหตุผลประกอบการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเรื่อง รถยนต์อยู่ระหว่างเช่าซื้อ ต้องทำประกันภัยตามข้อบังคับของสัญญา เป็นเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ทุกประเภทส่วนใหญ่ต้องจัดทำประกันภัย ทั้งนี้เพราะบริษัทที่รับจัดไฟแนนซ์รถยนต์บังคับให้ทำประกันภัยเพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัทหากเกิดเหตุกับรถยนต์ที่ลูกค้ายังติดภาระหนี้สินกับบริษัทอยู่ ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายอีกทางหนึ่งที่บริษัทประกันภัยสามารถใช้เพิ่มลูกค้าแก่บริษัทตนได้ โดยทำการร่วมค้ำกับบริษัทไฟแนนซ์รถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจในระดับมาก 6 ปัจจัย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ดังตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

อันดับ	ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนประสมการตลาดด้าน
1	มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ	4.36	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
2	ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ	4.23	มาก	กระบวนการให้บริการ
3	ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.20	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
4	พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.18	มาก	บุคลากร
5	ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย	4.18	มาก	ผลิตภัณฑ์
6	พนักงานเคลมมีความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไปตรงมาให้การเสนอราคาแก่ลูกค้า	4.17	มาก	บุคลากร
7	พนักงานเคลมมีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยให้ข้อมูลได้ชัดเจน	4.17	มาก	บุคลากร
8	มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ เช่น ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	4.16	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
9	การคำนวณเบี้ยประกันและการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และมีมาตรฐาน	4.16	มาก	กระบวนการให้บริการ
10	มีศูนย์รับแจ้งอุบัติเหตุให้ติดต่อแจ้งเหตุได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.15	มาก	กระบวนการให้บริการ

จากตารางที่ 53 ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ใน 10 อันดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย คือ มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ ความสะอาดของอาคารสถานที่ พนักงานเคลมมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย พนักงานเคลมมีความซื่อสัตย์จริงใจ และตรงไปตรงมาในการเสนอราคาแก่ลูกค้า พนักงานเคลมมีความรู้ความชำนาญด้านการรับประกันภัยให้ข้อมูลได้ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ เช่น ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ การคำนวณเบี้ยประกันและการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และมีมาตรฐาน และมีศูนย์รับแจ้งอุบัติเหตุให้ติดต่อแจ้งเหตุได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งหากบริษัทประกันภัยสังเกตเห็นและนำปัจจัยเหล่านี้ไปปรับปรุงคุณภาพบริการของตนเองให้ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อประกันภัยได้ จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับกิจการของตนได้

ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยเดียวที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งที่ตามหลักความจริงราคาควรมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลคือปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตและการผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันภัยนั้น ผู้ซื้อประกันภัยไม่นิยมใช้เนื่องจากการใช้บัตรเครดิตในการจ่ายเงินบริษัทประกันภัยจะบวกเพิ่มค่าธรรมเนียมการใช้บริการ 3 เปอร์เซ็นต์จากราคาเบี้ยประกัน และการผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันภัยก็มีการพิจารณาและใช้เอกสารเพิ่มเติม ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าต้องจ่ายเงินเพิ่มและเสียเวลาในการหาเอกสารประกอบ จึงตัดปัญหาด้วยการชำระเงินเป็นเงินสด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เว้นแต่ปัจจัยย่อยเรื่องการมีพนักงานหรือตัวแทนของบริษัทมาพบและแนะนำข้อมูลนอกสถานที่แก่ลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เนื่องจากลูกค้าไม่มีความมั่นใจว่าพนักงานที่มาพบและเสนอขายภายนอกบริษัทนั้นเป็นคนของบริษัทจริงหรือไม่ และไม่กล้าจ่ายชำระเงินให้แก่บุคคลเหล่านั้น

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับสองจากปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดทั้งหมด แต่กลับเป็นปัญหาอันดับแรกที่ใช้รถยนต์พบจากการใช้บริการกับบริษัทประกันภัยรถยนต์ แสดงให้เห็นว่าบริษัทประกันภัยแต่ละแห่งยังไม่สามารถแก้ไขบริการในด้านนี้แก่ลูกค้าของตนเองได้ ดังนั้นเป็นโอกาสทางการตลาดหากบริษัทประกันภัยใดที่

สามารถสร้างจุดเด่นในเรื่องการบริการเคลมให้รวดเร็ว ตามความต้องการของลูกค้าได้ ก็มีโอกาสในการชิงลูกค้าจากบริษัทของกลุ่มมาเป็นลูกค้าของตนได้

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยภาคสมัครใจในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้บริษัทประกันภัยรถยนต์ปรับปรุง และนำไปใช้สำหรับการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับลักษณะสินค้าและบริการของตน เพื่อให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผู้ใช้รถยนต์ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกทำประกันภัยภาคสมัครใจในระดับมาก ดังนั้นบริษัทประกันภัยรถยนต์จึงควรมีการพัฒนา ปรับปรุงด้านภาพลักษณ์ของบริษัทให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยการเน้นสร้างชื่อเสียง ผลงานและความสำเร็จของบริษัทให้มีการรับรู้จากลูกค้าเพิ่มมากขึ้นสร้างความแข็งแกร่งให้แก่องค์กร โดยการประชาสัมพันธ์บริษัทผ่านทางวิทยุและโทรทัศน์ เน้นข่าวเรื่องการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของบริษัทให้แก่ผู้ประสบเหตุ มีภาพประกอบให้ลูกค้าเห็นจริง รวมทั้งมีการพัฒนาคุณภาพความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการให้ดียิ่งขึ้นสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งขั้นเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อาทิ มีการเพิ่มผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองให้จูงใจเหมาะสม เช่น รับประกันความเสียหายในทรัพย์สินภายในรถเพิ่มเติมนอกเหนือจากรับผิดชอบเฉพาะตัวรถ และการบาดเจ็บ โดยคิดเบี้ยประกันเพิ่มเติมในความคุ้มครองส่วนนี้ ซึ่งลูกค้ายินดีจะจ่ายเพราะมีความคุ้มค่ากับเบี้ยที่ต้องจ่าย เป็นการเพิ่มมูลค่ากรมธรรม์ให้แก่บริษัทได้ด้วย

#### ด้านราคา

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับราคาเบี้ยประกันภัยเหมาะสมกับความคุ้มครองและบริการในระดับมาก แต่ในส่วนของกำหนัดราคาเบี้ยประกันภัยภาคสมัครใจกรมการประกันภัยกำหนดไม่ได้กำหนดให้บริษัทประกันภัยใช้อัตราเบี้ยประกันภัยเดียวกัน แต่ละบริษัทสามารถกำหนดเบี้ยประกันภัยอิสระได้ จึงเกิดช่องว่างที่บริษัทสามารถเจาะตลาดลูกค้าจากบริษัทคู่แข่งได้ บริษัทควรใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับบริษัทตนได้ โดยการกำหนัดราคาเบี้ยประกันภัยและให้ความสำคัญคุ้มครองที่คุ้มค่าและเหนือกว่าคู่แข่ง โดยใช้การขาย

ฟวงประกันภัยรูปแบบอื่นแล้วให้ราคารวมพิเศษแก่ลูกค้าต้น เช่น ให้ส่วนลดเพื่อซื้อประกันภัยภาคสมัครใจรวมกับ พ.ร.บ หรือแถมฟรีประกันภัยเบ็ดเตล็ดในส่วนอื่นๆ ที่บริษัทตนมีผลิตภัณฑ์ขาย และเมื่อปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงแต่การให้ชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ หรือมีการให้ผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันภัยเป็นงวดๆ ได้ ลูกค้าไม่ค่อยนิยม หากบริษัทต้องการเพิ่มยอดขายและจงใจลูกค้า ก็อาจรับภาระด้านค่าธรรมเนียมไว้เองลูกค้าไม่เสียค่าธรรมเนียมการใช้บัตร และมีส่วนพิจารณาสินเชื่อเฉพาะภายในบริษัทเองให้แก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อประกันภัยภาคสมัครใจและต้องการผ่อนชำระ โดยให้ผ่อนกับบริษัทโดยตรงไม่ผ่านสถาบันการเงินเป็นการช่วยเพิ่มยอดขายได้

#### ด้านช่องทางการจำหน่าย

ผู้ซื้อประกันภัยให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งของบริษัทมาก ดังนั้นบริษัทประกันภัยควรเลือกสถานที่ตั้งของบริษัทและสำนักงานตัวแทน ให้อยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ให้สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อของลูกค้า และกระจายสาขาและสำนักงานตัวแทนให้มากครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า หรือเพิ่มความสะดวกในการหาซื้อโดยอาจติดต่อขอจำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 หรือผ่านทางธนาคาร ทางไปรษณีย์ ให้ลูกค้าหาซื้อได้สะดวกและต้องเป็นสถานที่ที่น่าเชื่อถือในการรับชำระเงินจากลูกค้าแล้วสร้างความมั่นใจได้ว่า เงินที่ลูกค้าชำระจะถึงบริษัทแน่นอน และรถของลูกค้าได้รับความคุ้มครองแน่นอน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมาก ซึ่งการจะสื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ว่าบริษัทมีความโดดเด่นด้านใดนั้นบริษัทต้องเน้นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะบริษัทประกันภัยรถยนต์เป็นธุรกิจในด้านบริการ ต้องมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบริษัทให้มากขึ้นตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ หรือมีการติดป้ายผ้าในจุดที่ลูกค้าสัญจรผ่านเห็นเด่นชัดสังเกตเห็นได้ง่าย เน้นในด้านการให้บริการโดยจะเห็นได้จากความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ เป็นปัญหาอันดับแรกที่ลูกค้าพบบริษัทจึงควรเน้นให้ลูกค้าเห็นว่าบริษัทตนเหนือกว่าคู่แข่งในการบริการด้านเคลม เน้นสร้างการรับรู้เรื่องเคลมเร็ว ซึ่งเคยมีบริษัทประกันภัยบางแห่งทำการโฆษณาเรื่องการเคลมไว้แล้วแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติจริง ดังนั้นโอกาสในช่องว่างจุดนี้หากบริษัทใดสามารถสร้างให้ลูกค้ารับรู้และเห็นจริงได้ ส่วนแบ่งการตลาดในเรื่องของการแย่งลูกค้าจากบริษัทคู่แข่งมาเป็นลูกค้าของบริษัทก็มีมาก นอกจากนี้ควรการจัดทำแผ่นพับ โบว์ชัวร์ และใบปลิวต่างๆ ไว้แจกลูกค้า โดยจัดทำให้มีรูปแบบและสีสันสวยงามโดดเด่นสะดุดตา เพิ่มการส่งเสริมการขายโดยการจูงใจลูกค้า อาทิ มีการให้ของฟรีมีเย็บ ของแถมหรือของชำร่วยเมื่อซื้อกรมธรรม์ประกันภัย เช่น ร่วมกันแดด

พวงกุญแจ เสื้อกันฝน หรือปากกา เป็นต้น หรือมีโปรโมชั่นขายราคาพิเศษหากซื้อ พ.ร.บ พร้อม กับประกันภัยภาคสมัครใจ มีบริการเสริมให้รถใช้ระหว่างนารถเข้าซ่อม และมีบริการแจ้งข่าวสาร ต่างๆ เกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ๆ ของบริษัท และข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยหลังการซื้อให้แก่ ลูกค้ายมาเสมอต่อเนื่อง

### ปัจจัยด้านบุคลากร

บริษัทประกันภัยรถยนต์ควรให้ความสำคัญในด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ และพนักงานผู้ให้บริการจะเป็นผู้ที่ได้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นการคัดเลือกพนักงานเพื่อมาทำหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าควรเป็นบุคคลที่มีใจรักในงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ ดีให้บริการที่เป็นกันเองกับลูกค้า และควรมีการพัฒนาทักษะและส่งเสริมบุคลากรของบริษัทให้มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับประกันภัยให้เข้าใจชัดเจน สามารถนำเสนอข้อมูลให้แก่ลูกค้า ได้ถูกต้องแม่นยำในผลิตภัณฑ์และผลประโยชน์รวมถึงบริการที่ลูกค้าควรได้รับจากการซื้อ ประกันภัย ควรมีการส่งเสริมความรู้ให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอเป็นการพัฒนาบุคลากรของบริษัทโดยมีการส่งเข้าร่วมการอบรมความรู้กับหน่วยงานประกันภัย ประเมินผลการให้บริการ วัดความรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ รวมไปถึงบุคลิกภาพของพนักงานด้านการแต่งกาย ให้สุภาพ เรียบร้อย ความตรงต่อเวลาในการนัดหมายลูกค้า หรือพนักงานเคลมผู้เดินทางไปให้บริการใน กรณีที่เกิดเหตุแก่ลูกค้าควรให้ความรวดเร็วและสามารถติดต่อได้สะดวก นอกจากนี้บริษัทควรมี การจูงใจพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าโดยการให้การสนับสนุนในด้านสวัสดิการที่เหมาะสมต่องาน ในหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความภักดีต่อองค์กรและความใส่ใจในการให้บริการของลูกค้ายิ่งขึ้น

### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือเป็นอันดับ แรก ดังนั้นบริษัทประกันภัยรวมถึงสาขาและสำนักงานตัวแทนของบริษัทควรหาทำเลที่ตั้ง สำนักงานให้เป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ มีป้ายโฆษณาและโลโก้สัญลักษณ์ให้เห็นเด่นชัด มีการ จัดรูปแบบร้าน/สำนักงานให้สวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีการใช้สีหรือแสงเพื่อสร้างความแตกต่าง กับสำนักงานของคู่แข่ง โดยการทำการส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงแหล่งที่ตั้ง แสดงรูปภาพ สำนักงานให้เห็นชัดเจน โดยผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสาร หรือทำเป็นใบปลิวแทรกใน นิตยสารที่มีผู้อ่านนิยมอ่าน ให้ลูกค้าเห็นภาพจริงและเกิดความมั่นใจในตัวบริษัท รวมถึงนำเสนอ ความเป็นระเบียบภายในสำนักงาน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน มีการนำอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัยมาใช้ให้บริการลูกค้า อีกทั้งยังควรดูแลความสะอาดภายในสำนักงานให้ดูน่ามองอยู่เสมอ



### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

เนื่องจากธุรกิจประกันภัยรถยนต์จัดเป็นธุรกิจบริการ โดยเฉพาะบริการหลักๆ คือในส่วน ของประกันภัยภาคสมัครใจคือ ช่วยบรรเทาความเสี่ยงที่เกิดจากอุบัติเหตุ โดยจะเห็นได้จากปัญหา ความรวดเร็วในการเดินทางไปให้บริการในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุ เป็นปัญหาอันดับแรกที่ลูกค้าพบ ซึ่งเคยมีบริษัทประกันภัยบางแห่งทำการโฆษณาเรื่องการเคลมไว้ แล้วแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติจริง ดังนั้นโอกาสในช่องว่างจุดนี้หากบริษัทใด สามารถสร้างให้ลูกค้ารับรู้และเห็นจริงได้ ส่วนแบ่งการตลาดในเรื่องของการแย่งลูกค้าจากบริษัท คู่แข่งมาเป็นลูกค้าของบริษัทก็มีมาก ดังนั้นบริษัทต้องเน้นการให้บริการหากลูกค้าเกิดอุบัติเหตุ ให้ดีที่สุดเพื่อสร้างความประทับใจและการซื้อต่อเนื่อง โดยให้เน้นบริการในด้านของ ความรวดเร็ว ในการเดินทางไปให้บริการลูกค้าในกรณีเกิดเหตุของพนักงานเคลมหลังรับแจ้งอุบัติเหตุให้มี มาตรฐานเช่น กำหนดไว้ว่าเหตุเกิดในเขตพื้นที่นี้พนักงานเคลมของบริษัทจะเดินทางไปถึงภายใน เวลาไม่เกินกี่นาที การันตีความแน่นอนเช่น พนักงานเคลมจะเดินทางไปถึงภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที และพนักงานควรเตรียมเอกสารต่างๆ ประกอบการเคลมให้พร้อมบริการลูกค้า ลดความ เสียเวลาของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง การติดตามเรื่องภายหลังจากเกิดเหตุใน ส่วนของการซ่อมแซมรถ ควรกำหนดระยะเวลาการซ่อมแซมที่ชัดเจนให้ลูกค้าทราบ การจัดซ่อม หรือเปลี่ยนแปลงสภาพรถให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ควรทำตามความเหมาะสมตามความเสียหายที่ เกิดขึ้นและมีการแจ้งเงื่อนไขรายละเอียดในการจัดซ่อมรถให้แก่ลูกค้าให้ชัดเจน ควรดูแล ตรวจสอบการนำรถลูกค้าเข้าซ่อมกับอู่ซ่อมให้รอบคอบและสม่ำเสมอ รวมถึงปรับปรุงด้านการ จ่ายเงินชดเชยค่าสินไหมแก่ลูกค้าให้มีความรวดเร็วขึ้นด้วย โดยจากเดิมมีการจ่ายสินไหมคืนโดย การใช้เช็ค ก็ปรับปรุงให้มีการจัดการเงินสดสำรองไว้จ่ายลูกค้าในทันทีหากนำไปเสร็จไปยื่นเบิก กับบริษัท ลดขั้นตอนการรอเงินคืนและประหยัดค่าธรรมเนียมเช็คให้กับบริษัทได้ด้วย