

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะปัจจุบันการดำเนินชีวิตประจำวัน มีอัตราความเสี่ยงสูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การเกิดอุบัติเหตุ การระบาดของโรคติดต่อสายพันธุ์ใหม่ ความเครียดจากสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจโลก สิ่งเหล่านี้ล้วนบั่นทอนความมั่นคงของชีวิต ก่อให้เกิดความเครียดและความกังวลใจหลายด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นการรักษาพยาบาล ภาระที่ต้องรับผิดชอบ หากเกิดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน จากความกังวลใจต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่ได้รับนิยามเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีจุดขายอยู่ที่ การช่วยแบ่งเบาภาระความรับผิดชอบในด้านค่าใช้จ่าย การสร้างความมั่นคงในชีวิต และการจ่ายผลตอบแทนที่สูงจากการออม ธุรกิจที่กล่าวถึงในที่นี้ คือ ธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งปัจจุบันมีมากมายหลายประเภท และหลายบริษัทที่ดำเนินกิจการธุรกิจประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ให้บริการให้ความคุ้มครองหรือช่วยเหลือบรรเทาความเสี่ยงภัย เป็นการรวมศูนย์ของกลุ่มคนเพื่อร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องมาจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ พิพลาภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา หรือในยามเจ็บไข้ได้ป่วย โดยที่เมื่อบุคคลใดได้ประสบภัยก็จะได้รับเงินส่วนเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว ปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตจัดเป็นธุรกิจประเภทสถาบันการเงินที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง และยังคงให้การสนับสนุนให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. 2552 : เว็บบไซต์)

ธุรกิจประกันชีวิตเริ่มดำเนินการในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยบริษัทตัวแทนของบริษัทประกันภัยต่างประเทศในระยะแรก ไม่ประสบความสำเร็จ ต่อมาภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ธุรกิจประกันภัยในยุโรปและอเมริกาขยายตัวกว้างขวางมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการติดต่อขออนุญาตเข้ามาประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย รัฐบาลในสมัยนั้นยังไม่พร้อมที่จะให้มีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจประกันชีวิตขึ้นในทันที เพราะได้เล็งเห็นว่า การประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่เกี่ยวพันในด้านความผาสุกและปลอดภัยของสาธารณชน ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตราพระราช

บัญญัติควบคุมกิจการค้าขาย อันจะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยหรือผาสุกแห่งสาธารณชน พ.ศ. 2471 ขึ้น กระทรวงเศรษฐกิจ ในสมัยนั้นจึงได้กำหนดเงื่อนไขประกาศกฎกระทรวง โดยเฉพาะสำหรับผู้ขออนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต และธุรกิจประกันวินาศภัยขึ้น ประกาศใช้เมื่อ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2472 และต่อมาในปี พ.ศ. 2510 รัฐบาลก็ได้ตรา พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2510 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2510 ออกใช้ บังคับเพื่อควบคุมและส่งเสริมธุรกิจประกันภัยให้มีความมั่นคงและเป็นที่ยึดถือของประชาชน โดยทั่วไป ในปี พ.ศ. 2532 ได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงตัวพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับขึ้นใหม่เพื่อความเหมาะสมเป็นพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 (สุภาพ สารีพิมพ์. 2546 : 4-8)

การประกันชีวิต เป็นการออมเงินและการประกันความเสี่ยงภัย ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ในอนาคต โดยการเฉลี่ยความเสี่ยงของผู้เอาประกันภัยหลายๆ คนมารวมกัน โดยผู้เอาประกัน ต้องชำระเบี้ยประกันภัย ให้กับบริษัทที่รับประกันภัย เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการ สูญเสียวายได้ความสามารถในการประกอบอาชีพหรือการจากไปอย่างกะทันหันของหัวหน้า ครอบครัวช่วยนำมาซึ่งปัญหา และความเดือดร้อนต่อครอบครัว การศึกษาของบุตร ภาระ ค่าใช้จ่ายในครอบครัว และในภาพรวมมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของครอบครัว และขยายไปถึง เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เพราะถ้าประชากรส่วนใหญ่ในประเทศ มีหลักประกันที่ดี มีความเป็นอยู่ที่ดี มีสวัสดิการที่ดี มีเงินเก็บออมยามเกษียณย่อมไม่เป็นการต่อภาครัฐ ทั้งนี้เบี้ย ประกันชีวิต ที่ผู้เอาประกันชำระเป็นเบี้ยประกันให้บริษัทประกันนั้น เงินจำนวนนี้ยังทำให้เกิด การลงทุน การสร้างงาน ในภาพรวมของประเทศ เพราะบริษัทประกันจะนำเงินไปลงทุนใน พันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ ตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วแลกเงิน หุ้นทุน หุ้นกู้ หน่วยลงทุน การให้กู้ยืม โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีสถาบันการเงินค้ำประกัน ทำให้มี เงินหมุนเวียนสำหรับการลงทุนในประเทศ โดยการลงทุนของบริษัทประกันถือюнโยบาย ความเสี่ยงที่ต่ำ ผลตอบแทนอยู่ในจุดที่ยอมรับได้ ซึ่งบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด (American International Assurance Co.ltd.) หรือ บริษัท เอ.ไอ.เอ. จำกัด ส่วนใหญ่ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลกว่า ร้อยละ 70 (บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด 2552 : เว็บไซต์)

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตของหลายครอบครัวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เห็นได้ชัดเจน คือ ด้านเศรษฐกิจ ที่เน้นความคุ้มค่า ประหยัด และเกิดประโยชน์สูงสุดมากขึ้น การใช้จ่ายตาม ความจำเป็นและรู้จักเพียงพอ คำนึงถึงการเก็บออมเพื่อไว้ใช้จ่ายยามจำเป็น ยามเจ็บไข้ได้ป่วย หรือยามชราภาพ ในด้านการเก็บออม ก็หันมาเปลี่ยนวิธีคิดจากการเก็บออมในรูปแบบของ

การฝากธนาคารที่หวังจะได้รับผลตอบแทนจากอัตราดอกเบี้ย ก็เปลี่ยนมาเป็นการออมวิธีการอื่นแทน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผันแปร ทำให้ผลตอบแทนจากธนาคารลดลงอย่างเห็นได้ชัด ผู้วิจัยแม้จะไม่มีผลประโยชน์จากการประกอบธุรกิจประกันชีวิต แต่ก็ได้เห็นประโยชน์ของธุรกิจประเภทนี้จากประสบการณ์โดยตรงจากบุคคลรอบข้างว่าสามารถช่วยแบ่งเบาภาระและสร้างความมั่นคงในชีวิตของตนเองและบุคคลในครอบครัวอันเป็นที่รักได้ และเห็นว่าการเก็บออมเป็นสิ่งที่ดี แต่หากเราสามารถได้รับผลตอบแทนที่ดีจากการออมควบคู่ไปกับการได้รับความมั่นคงในชีวิตด้วย น่าจะเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด นับตั้งแต่มหาวิทยาลัยได้เปลี่ยนสถานภาพจากมหาวิทยาลัยของรัฐเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ทำให้บุคลากรส่วนหนึ่งได้เปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการมาเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย มีค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและยังคงได้รับสวัสดิการเช่นเดิม แต่มีกลุ่มบุคลากรอีกประเภทหนึ่งที่มีสถานภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2552 มหาวิทยาลัยได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงในชีวิตให้กับบุคลากรกลุ่มนี้ จึงได้เสนอแนะทางเลือกในการทำประกันชีวิตกลุ่มเพื่อเป็นสวัสดิการด้านค่ารักษาพยาบาลให้แก่บุคลากรกลุ่มดังกล่าว แต่อาจจะยังไม่ครอบคลุมหรือให้ความคุ้มครองทุกด้าน เช่น ในด้านของเงินบำเหน็จ บำนาญ หลังเกษียณอายุงาน เป็นต้น ดังนั้นหากพิจารณาแล้วว่าการวางแผนในอนาคตที่ได้ทั้งความมั่นคงในชีวิตและความคุ้มค่า ธุรกิจประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ แต่การตัดสินใจที่จะเลือกบริษัทหรือตัวแทนที่มีความมั่นคงทางการเงิน และให้การดูแลผู้เอาประกันเป็นสิ่งที่จำเป็นและต้องใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาอย่างมาก เพื่อให้การลงทุนไม่สูญเปล่าและได้รับผลประโยชน์ที่คุ้มค่า (วโรทัย โกศลพิศิษฐ์กุล, 2552 : เว็บบไซต์)

บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด นับเป็นบริษัทที่ให้บริการประกันชีวิต และการบริการทางการเงินที่ครบวงจร ทั้งยังเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาแบบกรมธรรม์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ถือกรมธรรม์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยการวิเคราะห์ และการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงแนวโน้มตลาด และสภาวะเศรษฐกิจ โดยรวมอย่างเป็นระบบยิ่งไปกว่านั้น บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการประกันชีวิตของไทย เช่น การขยายออกสู่ตลาดชนบท เพื่อส่งเสริมให้คนไทยในทุกภูมิภาคถือกรมธรรม์อย่างน้อย 1 กรมธรรม์ต่อ 1 ครอบครัว เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินให้ทุกครัวเรือน รวมถึง การตรวจ สุขภาพ ทางการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด สามารถวิเคราะห์ความต้องการทางการเงินที่แท้จริงของลูกค้า และนำเสนอการวางแผนทางการเงินที่สอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตของลูกค้า เพื่อ

ยกระดับธุรกิจประกันชีวิตให้ได้มาตรฐานและมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น (บริษัท เอ. ไอ.เอ. จำกัด. 2552 : เว็บไซต์)

บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน (6 สิงหาคม พ.ศ.2553) มีจำนวน 25 บริษัท หนึ่งในนี้เป็นบริษัทที่เข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทยโดยสำนักงานใหญ่อยู่ประเทศฮ่องกง คือ บริษัท เอ. ไอ.เอ. จำกัด ซึ่งปัจจุบันมีส่วนแบ่งการตลาด (Market share) ทั้งด้านเบี้ยปีแรก (First Year Premium, FYP) และเบี้ยปีต่ออายุ (Renewal premium) และเบี้ยรวบรวม (Gross Written Premium, GWP) เป็นอันดับหนึ่งของอุตสาหกรรม โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจประกันชีวิตประมาณ 30 กว่าเปอร์เซ็นต์ ซึ่งบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ครองอันดับที่หนึ่งผูกขาดในธุรกิจมานาน บริษัทประกันชีวิตอันดับรองลงมาทั้ง ไทยประกันชีวิต เมืองไทยประกันชีวิต กรุงเทพประกันชีวิต ธนชาติประกันชีวิต อยุรชยาออลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต รวมทั้งบริษัทประกันชีวิตอื่นๆ ที่เหลือต่างก็พยายามเพิ่มส่วนแบ่งของตนเองให้ได้มากที่สุด โดยบริษัทประกันชีวิตอันดับรองบางบริษัทตั้งเป้าหมายว่าต้องการขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของส่วนแบ่งตลาดเบี้ยประกันชีวิตปีแรกแทน บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ให้ได้ภายใน 5 ปี ทำให้ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ที่แต่ละบริษัทนำมาใช้เป็นการแข่งขันเพื่อเพิ่มการเติบโตให้กับบริษัทของตนเอง (บริษัทการประกันชีวิต. 2552 : เว็บไซต์)

ส่วนบริษัทของชาวอเมริกัน เข้ามาดำเนินการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2481 ในนามบริษัท อินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ (International Assurance Co.ltd.) หรือ อินแท็สโก (Intasco) หลังจากนั้น 3 ปี เกิดสงครามมหาเอเชียบูรพา รัฐบาลไทยออกกฎหมายควบคุมกิจการของชาติสัมพันธมิตรรวมทั้งอเมริกา บริษัทอินแท็สโกจึงหยุดดำเนินการในประเทศไทยไประยะหนึ่ง หลังสิ้นสุดสงครามในปี พ.ศ. 2488 จึงกลับมาดำเนินการใหม่ โดยต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (American International Assurance Co.ltd.) หรือ บริษัท เอ.ไอ.เอ. จำกัด โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าบุคคล และลูกค้าองค์กรทั้งในด้านการประกันชีวิต การวางแผนทางการเงิน ในวัยเกษียณ การประกันภัยอุบัติเหตุ และสุขภาพ รวมทั้งการบริหารสินทรัพย์ ผ่านเครือข่ายตัวแทนกว่า 250,000 คนและพนักงานกว่า 20,000 คน ใน 15 ประเทศ โดยให้บริการลูกค้ากว่า 20 ล้านคนทั่วภูมิภาค กลุ่มบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด มีสำนักงานสาขา บริษัทย่อย และ

บริษัทในเครืออยู่ในประเทศ ออสเตรเลีย บรูไน จีน ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย มาเก๊า มาเลเซีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ไทย และเวียดนาม (บริษัทการประกันชีวิต. 2552 : เว็บไซต์)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้การประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันสูงมาก จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ว่าจะมีการใช้ปัจจัยทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามให้ได้มากที่สุด เพื่อความมั่นคงทางการเงินกับการประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ในการศึกษารครั้งนี้ จึงต้องการที่จะศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจประกันชีวิตในการพิจารณาแก้ไข และปรับเปลี่ยนวิธีการจำหน่ายประกันชีวิต ให้สามารถดำเนินต่อไป โดยให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน อีกทั้งเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจทั่วไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ศึกษากำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ต่อบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาปัญหาที่พบหลังจากซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานการศึกษา

1. ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 98,316 คน (สำนักทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม. 2552 : 2)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 397 คน ผู้ศึกษาได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างเท่ากับ ± 5 ของจำนวนประชาชน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาทำการศึกษาในเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่

2.1 ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยศึกษามาจาก กมลวรรณ พราหมณ์กล้า (2546 : บทคัดย่อ)

2.2 พฤติกรรมการซื้อประกันชีวิต ประกอบด้วย แบบของกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวนกรมธรรม์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิต ผู้แนะนำให้ผู้รู้จักกับบริษัทประกันชีวิต เอ. ไอ. เอ. จำกัด และบริษัทที่ทำประกันชีวิตนอกเหนือจากบริษัทประกันชีวิต เอ. ไอ. เอ. จำกัด โดยประยุกต์มาจาก คิลิก กุลวัตร (2549 : 45)

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยประยุกต์มาจากวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2553 : 254-255)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

5. ระยะเวลาของการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ กำหนดระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน 2553

ประโยชน์การศึกษา

1. ทำให้ทราบระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของ บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจวางแผนปรับปรุงกระบวนการการตลาด และพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตให้มากขึ้น

2. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตจาก บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ประชาชนให้มีความเข้าใจในผลประโยชน์และความคุ้มครองต่าง ๆ ที่จะได้รับจากกรมธรรม์ประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น

3. ทำให้ทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด

4. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ. เอ. จำกัด อันจะเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต บริษัท เอ.ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามในด้านต่าง ๆ ของระบบประกันชีวิตต่อไป

5. ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาและค้นคว้าที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผน กลยุทธ์ และส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ให้เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้ศึกษาได้ให้คำนิยามศัพท์ ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลหรือผลกระทบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวคนหรือไม่มีตัวคนก็ได้ และมีอัตราประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า นั่นก็คือ กรมธรรม์ประกันชีวิต คือ สัญญาต่างตอบแทนที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้เอาประกันมีหน้าที่ต้องจ่ายเบี้ยประกันให้กับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า บริษัทประกันชีวิต โดยบริษัทประกันชีวิตมีหน้าที่ต้องจ่ายผลตอบแทน เรียกว่า ทุนประกันชีวิต ให้แก่ผู้เอาประกันหรือผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิตหรืออยู่ครบตามสัญญาของกรมธรรม์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ซื้อจะต้องจ่ายไปในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ โดยราคาจะถูกกำหนดจากมูลค่าของสินค้านั้น ราคาเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ที่ทำให้เกิดการซื้อขาย ถ้าผู้ซื้อและผู้ขายกำหนดมูลค่าสินค้าใกล้เคียงกัน การซื้อขายก็จะเกิดขึ้น ราคาจึงเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าและบริการและมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะสินค้าและบริการที่ได้รับ นั่นคือ เบี้ยประกัน คือ เงินที่ผู้เอาประกันจ่ายให้แก่บริษัทรับประกันเพื่อความคุ้มครองและผลประโยชน์อื่น ๆ ตามกรมธรรม์ที่จะได้รับจากการประกันชีวิต

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการได้เดินทางผ่านจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ทั้งนี้อาจมีการผ่านคนกลางในระดับต่างๆ ก่อนถึงมือผู้บริโภค เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อไปสู่กลุ่มลูกค้า จากการขายประกันชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด โดยให้ความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กลับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณาเพื่อชักจูงให้ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายมาซื้อผลิตภัณฑ์ โดยที่ใช้สื่อต่างๆ โดยใช้การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน การประชาสัมพันธ์ ผ่านแนวทางด้านการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์การตั้งเป้าหมายไว้

พฤติกรรมการณ์ซื้อ หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่แสดงออกมาภายหลังจากได้รับข้อมูลและปัจจัยต่างๆ จนตระหนักถึงความต้องการก่อให้เกิดการซื้อประกันชีวิตขึ้น เพื่อสนองความต้องการของบุคคลนั้นกับ บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด

ประชาชน หมายถึง ผู้ที่มีความสนใจที่จะเลือกซื้อการคุ้มครองชีวิต บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

การประกันชีวิต หมายถึง การเฉลี่ยค่าความเสี่ยงร่วมกันของคนที่ทำประกัน โดยทุกคนจะจ่ายเงินส่วนหนึ่งให้กับบริษัทที่รับผิดชอบ และเมื่อเกิดเหตุขึ้นอันเนื่องมาจากการตายรวมไปถึงการสูญเสียอวัยวะ พิการ (ทุพพลภาพ) บริษัทจะชดเชยใช้เงินคืนให้กับผู้รับผลประโยชน์ตามจำนวนเงินที่ผู้ทำประกันได้ตกลงไว้แต่แรก

ผู้เอาประกัน หมายถึง ผู้ที่ได้ตกลงทำประกันชีวิตโดยถือกรรมกรรมประกันชีวิตของบริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งถือว่าเป็นผู้เอาประกันกลุ่มใหญ่ที่จะสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อได้

บริษัท เอ. ไอ. เอ. จำกัด หมายถึง บริษัทที่ได้อนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัติ และหมายความรวมถึงสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศ ที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจพระราชอาณาจักรตามพระราชบัญญัติประกันชีวิตด้วย ซึ่งทำหน้าที่รวบรวมผู้ที่มีความประสงค์เข้าร่วมรับผิดชอบในส่วนเฉลี่ยความเสี่ยงและรวบรวมเงินเพื่อนำไปในบุคคลที่ประสบความเดือดร้อนในกรณีที่บุคคลบางคนถึงแก่กรรม หรือได้ทรงชีพอยู่จนครบสัญญาตามกำหนดของสัญญาที่ตกลงไว้

กรรมกรรม หมายถึง สัญญาที่ผู้เอาประกันทำไว้กับบริษัทประกันชีวิต มีข้อตกลงร่วมกันว่าถ้าหากผู้เอาประกันเกิดอะไรขึ้นบริษัทยินดีจ่ายค่าสินไหมตามสัญญาที่กำหนดไว้

เบี้ยประกันภัย หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันจะต้องจ่ายให้แก่ผู้รับประกันภัย ตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ในสัญญา ซึ่งการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยอาจจ่ายเป็นรายปี รายหกเดือน ราย ไตรมาส หรือรายเดือน ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกัน

ผู้รับประกันภัย หรือบริษัทประกันภัย หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งมีหน้าที่ในการ พิจารณารับประกันภัย รับเบี้ยประกันภัย ตลอดจนชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอา ประกันภัยหรือผู้รับประ โยชน์ เมื่อมีเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้นตามที่ระบุไว้ในสัญญา



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY