

ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล
แอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์คล้าย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.3

ก137ค

ร.3

ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล
แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์ไคล้



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

พฤษภาคม 2546

ห ๒๒๖๐๘๗

10 ต.ค. 2546

กมลวรรณ พรหมณ์กล้า.(2546). ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี.สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์สิฐฐากร ชุทรัพย์.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ตลอดจนรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการทำประกันชีวิตทั้ง 4 ด้าน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 335 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามประมาณค่า และแบบสอบถามปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า

1. ลูกค้าเพศชาย มีความมั่นใจในด้านความมั่นคงของบริษัทมากกว่าลูกค้าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการหลังการขาย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านผลประโยชน์ตอบแทนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่มีอายุ รายได้ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

OPINIONS OF MUANG PHETCHABURI CUSTOMERS ON TAKING LIFE
INSURANCE WITH THE AMERICAN INTERNATIONAL ASSURANCE COMPANY

AN ABSTRACT
BY
MISS KAMONWAN PRAMKLAM

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University
May 2003

Kamonwan Pramklam. (2003). *Opinions of Muang Phetchaburi Customers on taking life Insurance with The American International Assurance Company*. Master Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Mr. Sittakorn Choosup.

The master project was a research with its purposes to obtain opinions of Muang Phetchaburi customer on taking life insurance with The American International Assurance company in four aspects : Stable, After sales service, Compensation and Sales promotion. The independent variables were sex, age, occupation, income and education level. The samples of this study were 335 customers. The instrument used for collection data was rating scale questionnaires.

The statistics used for analyzing were percentage, mean, standard deviation, t – test, One – way Analysis of Variance and Scheffe's Method.

The results were as follows :

1. The customers with different sex had the opinion on the aspect of stable at statistical significant difference at .05 level and the other aspects had no statistically significant difference.
2. The customers with different occupation on the aspect of stable, sales promotion and after sales service had the opinion at statistical significant difference at .01 level, and on the aspect of compensation had no statistically significant difference.
3. The customer of different age, income and education level had the opinion at a statistics of no significance as a whole.

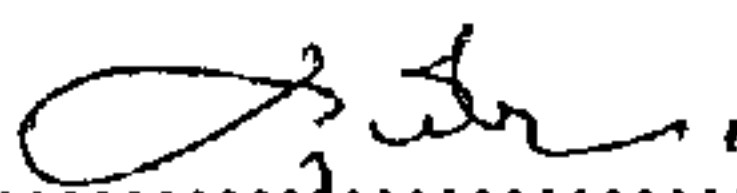
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(อาจารย์สิฐฎากร ชูทรัพย์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



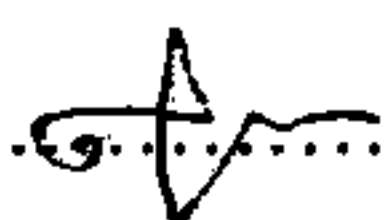
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย)

คณะกรรมการสอบ



(อาจารย์สิฐฎากร ชูทรัพย์)

ประธาน



(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์)

กรรมการ



(อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรรกวิน)

วันที่....๙....เดือน...พฤษภาคม...พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

ในการเรียบเรียงสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์สิฏฐากร ชุททรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ คุณรักษ์ หลานสะอาด และคุณปรีชญ์ สิงห์เสนีย์ ที่กรุณาช่วยเหลือตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ กรรมการสอบเค้าโครงสารนิพนธ์ทุกท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

พร้อมกันนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อประสิทธิ์ และคุณแม่บุญชู พราหมณ์คล้ายที่ได้ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการศึกษา จนสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้เขียน ตลอดจนพี่ ๆ เพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโททุกท่านที่คอยให้กำลังใจตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์เล่มนี้ ขอมอบแด่ทุกท่านที่เกี่ยวข้อง

นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์คล้าย

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	2
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	5
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต	7
ความหมายของการประกันชีวิต	7
ประวัติของการประกันชีวิต	8
ประโยชน์ของการประกันชีวิต.....	11
ชนิด ประเภท แบบของการประกันชีวิต	12
จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต.....	16
ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต.....	17
ประวัติของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด	26
ปณิธานในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด	27
ความหมายของความคิดเห็น.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	36
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
วิธีการสร้างเครื่องมือ	38
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	40
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	70
สังเขปความมุ่งหมาย	70
สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	71
การวิเคราะห์ข้อมูล	72
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	72
อภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	81
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	96

บัญชีตาราง

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จำแนกตามเพศ.....	59
14	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จำแนกตามอายุ.....	60
15	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จำแนกตามอาชีพ.....	61
16	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านความมั่นคงเป็นรายคู่ โดย จำแนกตามอาชีพ.....	62
17	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านการให้บริการหลังการขาย เป็นรายคู่ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	63
18	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	64
19	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด โดยรวมเป็นรายคู่ โดยจำแนก ตามอาชีพ.....	65
20	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์ เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จำแนกตามรายได้.....	66
21	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์ เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
22	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้ำที่ทำประกันชีวิต กับบริษัท อเมริกันอินเตอร์ เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี รายด้าน.....	68

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน มนุษย์ในสังคมมีชีวิตอยู่ท่ามกลางความเสี่ยงและทุกคนก็มีโอกาสได้รับภัยที่คงจะเกิดขึ้นอย่างเท่าเทียมกัน ยากที่จะหลบหลีกหรือเอาตัวรอดเฉพาะตัวได้ (วัลยา สรรเจริญ.2543 : 8) ดังนั้นสิ่งที่สามารถทำได้ก็คือ พยายามป้องกันและแก้ไขตามความรู้ความสามารถ จนกว่าจะสามารถลดความหวาดกลัวให้เบาบางลงได้มากที่สุด นั่นก็คือ การกระจายความเสี่ยง หรือความเสียหายที่ตนเองอาจจะได้รับจากภัยอันตรายซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่า จะมีภัยเกิดขึ้นเมื่อใด ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระผลร้ายต่าง ๆ เหล่านี้ไปยังเพื่อนร่วมสังคมอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ความสามารถ ความสมัครใจ โดยทุกคนในสังคมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ จะได้รับผลตอบแทนตามอัตราส่วนเดียวกัน เมื่อตนเองต้องประสบภัยอันตรายต่าง ๆ ในทำนองเดียวกัน ดังนั้นการประกันชีวิตจึงมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อชีวิตประจำวัน และยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งในด้านช่วยสร้างหลักประกันแก่ครอบครัว องค์กรทางธุรกิจ และอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังเป็นการระดมเงินออมจากประชาชนในรูปของ เบี้ยประกัน เพื่อนำไปลงทุนในกิจกรรมต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งการจ้างงาน รายได้ และการหมุนเวียนของเงินตรา ซึ่งนับได้ว่าการประกันชีวิตมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก คนส่วนใหญ่เริ่ม ให้ความสนใจและนิยมทำประกันชีวิตมากขึ้น และนับวันจะมีแนวโน้มเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจประกันชีวิตเป็นการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่มีตัวตน มองไม่เห็น ซึ่งตัวสินค้าของบริษัทคือ “กรมธรรม์ประกันชีวิต” ซึ่งเป็นเอกสารที่แสดงข้อตกลงและเงื่อนไขต่าง ๆ ของสัญญาประกันภัยระหว่างผู้เอาประกันกับผู้รับประกัน การขายจะต้องมีการอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ เห็นคุณค่าและผลประโยชน์ที่จะได้รับ จึงตัดสินใจซื้อประกันชีวิต การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทประกันชีวิต ซึ่งส่วนใหญ่จะผ่านตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทประกันชีวิตให้ทำหน้าที่ออกพบลูกค้าเพื่อชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจ และเห็นถึงผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิต จนเกิดความสนใจที่จะซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิต ยังมีหน้าที่ให้บริการต่าง ๆ หลังการขายตามสิทธิเงื่อนไข และผลประโยชน์ตามสัญญาในกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ลูกค้าพึงได้รับ นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตยังต้องระมัดระวังในเรื่องของการติดต่อกับลูกค้าในทางที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือภาพพจน์ที่ไม่ดีมาสู่บริษัทประกันชีวิตด้วย (ทัศนีย์ ศรีกัลยา.2538:2) ดังนั้น จะเห็นว่าตัวแทนประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้า ทั้งที่มีกรมธรรม์ประกันชีวิตและไม่มีกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของการประกันชีวิตได้เป็นอย่างดี เพราะฉะนั้น ถ้าตัวแทนประกันชีวิตขาดความรู้ ความเข้าใจที่ดีแล้ว ย่อมส่งผลให้กับบริษัทประกันชีวิตได้เช่นกัน จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทประกันชีวิต ยังคงต้องใช้ตัวแทนประกันชีวิตเป็นสื่อกลาง ซึ่งทำให้มองเห็นประเด็นปัญหาด้านบริษัทประกันชีวิตที่ยังขาดข้อมูลด้านความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจ ทำประกันชีวิต เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการให้บริษัทประสบผลสำเร็จ

ดังนั้นในการที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความคิดเห็นอย่างไร ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ ตลอดจนทราบถึงข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต เพื่อให้ได้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าสำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจทำประกันชีวิต และยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิตในการช่วยกัน ส่งเสริมสนับสนุนให้ลูกค้าทำประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น ซึ่งก็จะผลดีให้กับประชาชนในประเทศ และส่งผลดีให้กับประเทศชาติอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน คือ ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการ หลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษา
3. เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
2. ผลการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานด้านการประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 2,650 ราย (ข้อมูลลูกค้า.2544:สำนักงานเอ.ไอ.เอ. จังหวัดเพชรบุรี)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ ดาร์วิน เฮนเดล(สมบุรณ์ ชิตพงษ์.2523: ภาคผนวก) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากจำนวนประชากรทั้งหมด 2,650 คน ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นเพื่อทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาสัดส่วนจากจำนวนประชากรและใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก ได้กลุ่มตัวอย่าง 335 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น

1. เพศ
 - 1.1 เพศชาย
 - 1.2 เพศหญิง
2. อายุ
 - 2.1 21 – 40 ปี
 - 2.2 41 – 60 ปี
 - 2.3 61 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - 3.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 3.2 รับจ้าง
 - 3.3 เกษตรกร
 - 3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
4. รายได้
 - 4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 4.2 10,000 – 20,000 บาท
 - 4.3 20,001 – 30,000 บาท
 - 4.4 ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป
5. ระดับการศึกษา
 - 5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 5.2 ปริญญาตรี
 - 5.3 สูงกว่าปริญญาตรี

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์

เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความมั่นคง
2. ด้านการให้บริการหลังการขาย
3. ด้านผลประโยชน์ตอบแทน
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการจากการทำประกันชีวิต กับบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอ

เมือง จังหวัดเพชรบุรี ในการสร้างความรู้สึกมั่นคง มั่นใจ รวมถึงการสร้างความสะดวก และความเหมาะสมให้กับลูกค้าผู้มารับบริการ

2. **ความคิดเห็นของลูกค้าด้านความมั่นคง** หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด เกี่ยวกับชื่อเสียงด้านนโยบายการเงิน การลงทุน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในความมั่นคงของชีวิตเมื่อมาใช้บริการของบริษัท

3. **ความคิดเห็นของลูกค้าด้านการให้บริการหลังการขาย** หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อนโยบายการให้บริการหลังการขายของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ตามสิทธิที่ลูกค้าพึงได้รับหลังจากที่ได้ทำสัญญาประกันชีวิตไว้กับบริษัทแล้ว ซึ่งได้แก่ การจัดโปรแกรมการบริการลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่นวันเกิด วันครบรอบแต่งงาน เป็นต้น การให้บริการข่าวสารข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการให้บริการพิเศษประจำปี เป็นต้น

4. **ความคิดเห็นของลูกค้าด้านผลประโยชน์ตอบแทน** หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในรูปดอกเบี้ยเงินฝาก การเบิกค่ารักษาพยาบาล การได้รับสิทธิประโยชน์ค่าชดเชยจากการเข้ารับการรักษาพยาบาล และเป็นแหล่งสถาบันการเงินให้กู้ยืม เป็นต้น

5. **ความคิดเห็นของลูกค้าด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในด้านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุน จูงใจ ให้ลูกค้าสนใจที่จะทำประกันชีวิตกับบริษัทมากขึ้น

6. **การประกันชีวิต** หมายถึง ข้อตกลงในการเสี่ยงภัยร่วมกันของบุคคลที่ตกลงกันว่าหาก บุคคลที่ประกันชีวิตไว้ ได้รับความสูญเสียตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ จะได้รับความช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนด้วยการเฉลี่ยจำนวนเงินค่าสูญเสียให้กับผู้ประสพภัย หรือบุคคลที่ถูกกำหนดให้เป็นผู้รับผลประโยชน์ตอบแทน

7. **ลูกค้า** หมายถึง บุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

8. **ตัวแทนประกันชีวิต** หมายถึง ผู้ซึ่งบริษัทได้มอบหมายให้ทำการชักชวนบุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทซึ่งตนสังกัดอยู่

9. **กรมธรรม์ประกันชีวิต** หมายถึง หนังสือสัญญาระหว่างบริษัทประกันชีวิตกับผู้เอาประกันซึ่งระบุเงื่อนไขความรับผิดชอบต่าง ๆ ที่บริษัทประกันมีต่อผู้เอาประกันภัย

10. **อาชีพ** หมายถึง ลักษณะงานที่ลูกค้ายึดเป็นหลักในการทำมาหาเลี้ยงชีพ ทำให้มีรายได้ประจำเพื่อประกอบในการเลี้ยงชีพ โดยแบ่งเป็น

10.1 **รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ** หมายถึง ลักษณะงานที่มีรายได้ประจำของลูกค้า ที่ปฏิบัติงานในองค์กรการของรัฐ หรือองค์กรการรัฐวิสาหกิจ เช่น ครู ทหาร ตำรวจ ไฟฟ้า ประปา องค์กรการโทรศัพท์ เป็นต้น

10.2 **รับจ้าง** หมายถึง ลักษณะงานที่มีรายได้ประจำของลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรการของเอกชน เช่น บริษัท ห้าง ร้าน หรือในองค์กรการของรัฐในตำแหน่งลูกจ้าง

10.3 **เกษตรกร** หมายถึง ลักษณะงานที่มีรายได้ประจำของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น

10.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว หมายถึง ลักษณะของงานที่มีรายได้ประจำของลูกค้าที่ประกอบอาชีพส่วนตัว โดยเป็นเจ้าของกิจการเอง เช่น ค้าขาย เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. เพศ

1.1 เพศชาย

1.2 เพศหญิง

2. อายุ

2.1 21 – 40 ปี

2.2 41 – 60 ปี

2.3 61 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

3.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.2 รับจ้าง

3.3 เกษตรกร

3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4. รายได้

4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

4.2 10,000 – 20,000 บาท

4.3 20,001 – 30,000 บาท

4.4 ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

5.2 ปริญญาตรี

5.3 สูงกว่าปริญญาตรี



ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ

การทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนช
ชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ

1. ด้านความมั่นคง

2. ด้านการให้บริการหลังการขาย

3. ด้านผลประโยชน์ตอบแทน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้ายที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
2. ลูกค้ายที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
3. ลูกค้ายที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
4. ลูกค้ายที่มี รายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
5. ลูกค้ายที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้.-

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานประกันชีวิต

- 1.1 ความหมายของการประกันชีวิต
- 1.2 ประวัติของการประกันชีวิต
- 1.3 ประโยชน์ของการประกันชีวิต
- 1.4 ชนิด ประเภท แบบ ของการประกันชีวิต
- 1.5 จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต
- 1.6 ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต
- 1.7 ประวัติของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด
- 1.8 ทัศนคติในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

2. ความหมายของความคิดเห็น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

1.1 ความหมายของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตถือว่ามีคามจำเป็นต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เหตุเพราะสังคมปัจจุบันล้วนแวดล้อมไปด้วยความไม่ปลอดภัยจากธรรมชาติ และภัยจากน้ำมือมนุษย์เอง ซึ่งอาจเป็นภัยทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็น ทุกคนในสังคมจึงมีชีวิตรอยู่ท่ามกลางความเสี่ยง อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการประกันชีวิตไว้ แตกต่างกันดังนี้

พนิดา สุขจิระ และคณะ (2531:95-96) ได้กล่าวถึงการประกันชีวิตไว้ว่า คือแผนการที่วางระเบียบแบบแผนไว้อย่างละเอียดถี่ถ้วน หรือแผนการของคนจำนวนมากร่วมกันเฉลี่ย แบ่งเบาความเสียหายด้านการเงินที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวหนึ่ง ในกรณีที่บุคคลแต่ละบุคคลร่วมกันวางเงินคนละเล็กละน้อยเพื่อให้รวมกันเป็นก้อนใหญ่ ทำการลงทุนในลักษณะที่ไม่เสี่ยงภัย ไม่มีโอกาสที่จะสูญสิ้นได้ ไม่ว่าวิธีใดๆ ทั้งสิ้น และด้วยเงินก้อนใหญ่บวกผลประโยชน์จากการลงทุนนี้เอง สามารถนำมาเป็นส่วนช่วยสงเคราะห์ครอบครัวของบุคคลนั้นเมื่อเสียชีวิตลง อันมีเป็นจำนวนน้อย ส่วนที่เหลือก็เป็นเงินลงทุนต่อไปจนครบกำหนดเวลาสะสมเป็นเงินไว้ให้แก่สังคมส่วนใหญที่ยังคงมีชีวิตอยู่

ปนัดดา ศุภกิจกำจร (2543:10) ได้กล่าวถึงการประกันชีวิตไว้ว่า เป็นการประกันภัยที่การจ่ายเงินอาศัย การทรงชีพ หรือการมรณะของบุคคลเป็นเหตุในการจ่าย โดยการเฉลี่ยภัยซึ่งกันและกัน ที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งไป

ยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในลักษณะการเสี่ยงภัยประเภทเดียวกันและร่วมกัน เพื่อเป็นการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับบุคคลผู้ที่ประสบเคราะห์กรรม อันเนื่องมาจากการสูญเสียชีวิต และเพื่อให้บุคคลนั้นมีฐานะ เศรษฐกิจทางการเงินกลับคืนเข้าสู่สภาพเดิม เหมือนกับไม่มีการสูญเสียใด ๆ เกิดขึ้น

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การประกันชีวิต หมายถึง การประกันความมั่นคงให้กับอนาคตของบุคคล รวมถึงครอบครัว โดยมีการวางแผน วางระเบียบในการร่วมกันลงทุน เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระความเสี่ยงภัยให้กันและกัน และเป็นการช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้ให้กับคนในสังคม

1. 2 ประวัติของการประกันชีวิต

1.2.1 วิวัฒนาการของการประกันชีวิต

ประกันชีวิตนี้เริ่มมีขึ้นเมื่อใดนั้นไม่มีใครทราบแน่นอน แต่ในประเทศกรีซ ซึ่งมีคนนับถือศาสนาแยกออกเป็นหลายนิกาย และได้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งที่นับถือศาสนานิกายเดียวกัน ได้จัดตั้งสมาคมขึ้นโดยมีการเก็บเงินจากสมาชิกเป็นรายเดือน ทั้งกำหนดว่า ถ้าสมาชิกคนใดถึงแก่กรรม ทางสมาคมก็จะจัดการทำศพให้เป็นที่ยเรียบร้อย แต่ถ้าสมาชิกผู้ใดละเลยการจ่ายเงินค่าสมาชิก (เก็บเป็นรายเดือน) สมาคมก็จะทำการลงโทษ โดยสมาคมไม่ดำเนินการจัดทำศพให้ ต่อมาในสมัยโรมันมีความคิดเห็นที่จะพัฒนาปรับปรุงให้ดีกว่าเดิม จึงได้รับบุคคลทั่ว ๆ ไป เข้าเป็นสมาชิก เว้นแต่ผู้ที่มีอาชีพเป็นทหาร แต่จะสงเคราะห์ความทุกข์ยากอื่น ๆ ให้ เช่น ความชรา ทุพพลภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายไปรับตำแหน่งหน้าที่การงานอื่น

การประกันชีวิตในระบบของการเฉลี่ยความเสี่ยงภัยในการสูญเสีย ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงการประกันชีวิตที่แท้จริงนั้นเริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 300 ปีเศษที่แล้ว สมัยนั้นการเดินทางติดต่อค้าขายระหว่างประเทศกระทำโดยการใช้เรือเป็นพาหนะ การเดินทางในครั้งหนึ่งๆ ใช้เวลาแรมเดือน หรือบางครั้งแรมปี จึงถือได้ว่าเป็นการเสี่ยงทั้งชีวิตและทรัพย์สิน มีโอกาสที่จะประสบภัยอันอันตรายในมหาสมุทรอันกว้างใหญ่เมื่อเรือต้องอับปาง ผู้โดยสารและพนักงานในเรือ อาจจมน้ำถึงตาย หรือหายสาบสูญ ครอบครัว ญาติมิตร ซึ่งเฝ้ารอคอยการกลับของบุคคลที่ประสบอุบัติเหตุเหล่านั้น และอาจจะต้องได้รับความเดือดร้อน บ้างก็ถึงกับสิ้นเนื้อประดาตัวขาดหัวหน้าครอบครัว เนื่องจากได้ลงทุนซื้อสินค้าบรรทุกเรือไปจนหมดทุนเดิม เพื่อหวังประโยชน์จากการค้าให้มากที่สุด เมื่อประสบการณณ์แบบนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง จึงได้มีการจัดตั้งสมาคมชาวเรือขึ้น ตั้งอยู่ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 18 (พุทธศตวรรษที่ 23) โดยจัดวางแผนสังคมสงเคราะห์โดยให้บรรดาสมาชิกชาวเรือที่ประสงค์จะได้รับผลชดเชยจากสังคมสงเคราะห์ในระบบดังกล่าวจัดวางเงินมอบให้ไว้แก่สมาคมในจำนวนสมาชิกละ 1 ปอนด์สเตอลิงค์ เท่านั้น สมาคมจะเป็นผู้เก็บรักษาเงินไว้ และจัดการแบ่งเฉลี่ยเงินที่รวบรวมได้นั้น ให้เป็นมรดกแก่ทายาทของสมาชิกที่ประสบชะตากรรมจากการเดินทางในทะเล ในขณะเดียวกัน เมื่อจ่ายเงินดังกล่าวหมดแล้วก็เรียกเก็บจากสมาชิกรวบรวมไว้ใหม่ต่อไป

อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติกิจสงเคราะห์ของสมาคมชาวเรือในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ครั้งนั้นเป็นกิจกรรมที่มีรูปแบบ เช่นเดียวกับ การฃาปนกิจสงเคราะห์ในบ้านเรา ซึ่งต่อจากนั้นก็ยังมีสมาคมอื่น ๆ บริษัทนิติบุคคล และสถาบันอื่น หลาย ๆ แห่งได้นำแบบฉบับและวิธีการไปประกอบธุรกิจขึ้นแต่ก็มีได้จดทะเบียนเป็นกิจจะลักษณะ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2298 กิจการในรูปฃาปนกิจสงเคราะห์ ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นรูปแบบธุรกิจประกันชีวิตมากขึ้น โดยการใช้ระบบการประกันชั่วระยะเวลาหนึ่งปี (ANNUAL TERM INSURANCE) อันเป็นการคุ้มครองชั่วระยะเวลาปีต่อไป โดยกำหนดอัตราเบี้ยประกันแตกต่างกันตามอายุของผู้เอาประกัน

ในระยะเดียวกันนั้น นายเจมส์ ด็อดซัน (JAMES DODSON) นักคำนวณผู้มีชื่อเสียงของอังกฤษ ได้ริเริ่มวางหลักเกณฑ์ธุรกิจประกันชีวิตให้ทันสมัยยิ่งขึ้น มีการนำเอาวิธีการทำสถิติเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ พร้อมกับได้วางข้อกำหนดกฎเกณฑ์ ในการประกอบธุรกิจประกันชีวิตไว้ด้วย ต่อมาเมื่อ นายเจมส์ ด็อดซัน ได้ถึงแก่กรรมกรรมเสียก่อนที่จะได้รับนำหลักทฤษฎี และการคำนวณที่ได้เริ่มทำไว้เป็นคนแรก ไปปฏิบัติในธุรกิจประกันชีวิตด้วยตนเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเสียดายสำหรับชาวลอนดอน แต่ในปี พ.ศ. 2305 สถาบันประกันชีวิตแห่งแรกก็ได้กำเนิดขึ้นในโลกและได้นำเอาทฤษฎีและหลักการคำนวณของเจมส์ ด็อดซัน มาใช้ในการประกอบธุรกิจประกันชีวิตที่ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ แบบแผน และจดทะเบียนขึ้นเป็นแห่งแรกของโลกชื่อว่า เอควิตาเบิลแอสซิวรันซ์ โซไซตี้ ออฟ ลอนดอน (The Equitable Assurance Society of London)

ก่อนที่องค์การ หรือสถาบันประกันชีวิตเอควิตาเบิล ซึ่งได้ก่อกำเนิดขึ้นในประเทศอังกฤษ อิทธิพลของธุรกิจประกันภัยได้แพร่ขยายเข้าไปในสหรัฐอเมริกาก่อนหน้านี้แต่ไม่ได้มีการจดทะเบียนดำเนินการให้ถูกต้องแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2302 ได้มีสถาบันประกันชีวิตแห่งแรกได้ลงรากฐานในรัฐเพนซิลวาเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกามีชื่อว่าเพรสบายเทเรียนมินนิสเตอร์สฟันด์ (The Presbyterian Ministers' Fund) ซึ่งก่อตั้งก่อนสถาบันเอควิตาเบิล แต่ว่าไม่ได้ถือเป็นบริษัทประกันภัยแห่งแรกของโลกนั้น เพราะเหตุว่า สถาบันดังกล่าวมิได้ดำเนินธุรกิจรับประกันชีวิตทั่ว ๆ ไป เพียงแต่ตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของผู้สอนศาสนาในนิกายในการที่จะได้จ่ายเงินชดเชยรายปี ให้แก่แม่หม้ายของผู้สอนในศาสนาในคณะเพรสบายเทเรียนเท่านั้น อีกประการหนึ่งอัตราดอกเบี้ยประกันที่คำนวณสำหรับเรียกเก็บจากสมาชิกในคณะเพรสบายเทเรียน ก็มีได้คำนึงอายุของผู้เอาประกันและผู้รับเงินรายปีตลอดชีพแต่อย่างใด ซึ่งถือว่าไม่อยู่ในหลักวิชาการประกันชีวิตที่แท้จริง

1.2.2 การดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

กิจการประกันชีวิตในประเทศไทย เริ่มต้นเมื่อใดยังไม่มีหลักฐานแน่ชัด ในสมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ทราบโปรดเกล้าฯ ให้ตรากฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ค.ศ. 1927) ถ้าถือตามหลักฐานนี้ก็แสดงว่ากิจการประกันภัยได้ดำเนินกิจการแล้ว มิฉะนั้นคงไม่มีความจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติมาใช้บังคับ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า กิจการประกันชีวิตในประเทศไทยมีขึ้นมาก่อนปี พ.ศ. 2467 (ค.ศ. 1924)

ใน พ.ศ. 2471 ได้มีการตราพระราชบัญญัติควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบกระเทือนถึงความปลอดภัยของสาธารณชน ซึ่งจากพระราชบัญญัตินี้ บริษัทประกันภัยจะขอเปิดดำเนินกิจการนั้น ต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาล เพราะรัฐบาลมีอำนาจที่จะตั้งเงื่อนไข และออกกฎหมายบังคับเพื่อควบคุมกิจการประกันภัยได้ ผลของการตราพระราชบัญญัติประกันชีวิต ในประเทศไทยได้มีการควบคุมครั้งแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2473 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตให้ดำเนินกิจการประกันชีวิต 4 บริษัท ดังมีรายชื่อตามลำดับดังนี้

เกรต อีสเทอร์น แอสซัวรันซ์ คัมปานี ดำเนินกิจการ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2473

แมนูเฟคเจอร์โรสส์ โลฟ อินชัวรันซ์ ลิมิเตด ดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2473

ไชน่าอันเดอร์ไรเตอร์ ลิมิเตด ดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2473

ชัน โลฟ แอสซัวรันซ์ คัมปานี ออฟ คานาดา ดำเนินกิจการ เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2473

และในปี พ.ศ. 2473 ได้มีบริษัทต่างประเทศ จัดตั้งเพิ่มอีกหนึ่งบริษัท แต่ก็เลือกกิจการไปลงเหลือ 4 บริษัทเช่นเดิม ต่อมาวันที่ 1 ตุลาคม 2481 มีบริษัทต่างประเทศได้รับอนุญาตจัดตั้งอีกหนึ่งบริษัท คือ บริษัท อินเดอร์เนชั่นแนล แอสซัวรันซ์ จำกัด

บริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ดำเนินกิจการในระยะก่อน สงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นเข้ายึดครอง บริษัททั้งหมดก็ต้องหยุดดำเนินกิจการ ดังนั้นบริษัทคนไทย จึงได้เริ่มประกอบกิจการธุรกิจประกันชีวิตขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย คือ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ก่อตั้งวันที่ 22 มกราคม 2485 และบริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด เปิดตามมาอีก บริษัทหนึ่ง หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัทต่างประเทศ ได้กลับเข้ามาดำเนินการในประเทศไทยอีกเพียง 2 บริษัท คือ บริษัท ชันโลฟ คัมปานี ออฟ แคนาดา และ บริษัท แมนูเฟคเจอร์โรสส์ โลฟ อินชัวรันซ์ คัมปานี ต่อมาจนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2492 บริษัททั้งสองก็ได้หยุดดำเนินการประกันภัยในเมืองไทย เพราะไม่พอใจในเงื่อนไขที่กระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์) ได้กำหนดให้มีการวางหลักทรัพย์ 1/3 ของเบี้ยประกันในปีที่แล้ว ๆ มา

ในปี 2491 มีบริษัทไทยประสิทธิ์ และคลังสินค้า จำกัด (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยประสิทธิ์ประกันภัย จำกัด) เปิดดำเนินกิจการประกันชีวิต ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 ได้เกิด บริษัท นครหลวงประกันชีวิต อีกบริษัทหนึ่ง

ในปัจจุบัน มีบริษัทประกันชีวิตที่จดทะเบียนในประเทศไทย และดำเนิน กิจการในประการในประเทศไทย 12 บริษัท คือ

1. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2485)
2. บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันชีวิต จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2485)
3. บริษัท ไทยประสิทธิ์ประกันภัย จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2491)

4. บริษัท อากเนย์ประกันภัย จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2493)
5. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2494)
6. บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท สยามบริการประกันภัย จำกัด และเปลี่ยนเป็นบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลไลฟ์ อินชัวร์นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และเปลี่ยนเป็นชื่อบริษัทปัจจุบันนี้)
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2494)
7. บริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2494)
8. บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2494)
9. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด)
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2494)
10. บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต (เดิมชื่อว่า บริษัท มหานครประกันชีวิต จำกัด)
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2519)
11. บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท ไชน่า อันเดอร์ไรท์ เทอร์ไลฟ์ อินชัวร์นส์ จำกัด หรือ บริษัท ซี.ยู.แอล. ประกันชีวิต จำกัด จนเปลี่ยนชื่อบริษัทปัจจุบันนี้)
(ก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2483)
12. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด หรือ บริษัท เอ.ไอ.เอ. จำกัด (เดิมชื่อว่า บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด)
(เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทยเมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2481)

นอกจาก 12 บริษัท ดังกล่าวแล้ว ยังมีบริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด ทำหน้าที่ด้านรับประกันภัยต่อจากบริษัทภาคี 12 บริษัท เพื่อเป็นการสงวนเงินตราไว้ในประเทศ และเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจประกันภัย ซึ่งมีผู้บริหารเป็นคนไทยขึ้นมามีระดับหนึ่ง

1.3 ประโยชน์ของการประกันชีวิต

1.3.1 การให้ความคุ้มครอง ไม่ได้หมายความว่า จะคุ้มครองให้รอดพ้นจากภัยต่าง ๆ แต่การประกันชีวิตจะช่วยบรรเทาภาระที่มีต่อครอบครัว ถ้าหากผู้เอาประกันตายลง ในเวลาที่ยังไม่สมควร บริษัทจะจ่ายเงินให้ก้อนหนึ่ง (ตามจำนวนเงินที่เอาประกันชีวิต) ให้แก่คนที่ระบุไว้ในสัญญา (กรมธรรม์ประกันภัย) ที่ทำไว้กับบริษัท ซึ่งเรียกว่า ผู้รับประโยชน์อาจจะ เป็น พ่อ แม่ หรือลูก อันจะเป็นทุนในการศึกษา และเลี้ยงดูต่อไปและกรณีที่มี

ประกันอุบัติเหตุควบคู่ไปกับการประกันชีวิต หากเกิดอุบัติเหตุขึ้นบริษัทจะเป็นผู้จ่ายชดเชยค่ารักษาพยาบาล จนกว่าจะหาย หรือกรณีพิการ (ทุพพลภาพ) จนไม่สามารถประกอบอาชีพได้ บริษัทจะจ่ายเงินเลี้ยงชีพจำนวนหนึ่ง เพื่อจะได้ไม่เป็นภาระแก่ครอบครัว แต่ถ้ามีอายุยืนยาวก็ไม่ใช่ภาระแก่ลูกหลาน เพราะมีการประกันชีวิตแบบเงินได้ปกติ หรือแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งจะช่วยให้มีเงินใช้จ่ายในยามชรา

1.3.2 ลดภาษีเงินได้ รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญ ของการประกันชีวิต และเพื่อสนับสนุน ให้ประชาชน ทำการประกันชีวิต จึงให้นำเบี้ยประกันชีวิตที่จ่ายจริง แต่ไม่เกินคนละ 10,000 บาท ของกรมธรรม์ที่มีกำหนด เวลา ไม่น้อยกว่า 10 ปี ของผู้มีเงินได้ และคู่สมรส ไปหักค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้

1.3.3 การออมทรัพย์ การประกันชีวิตทำให้การออมทรัพย์ เป็นประจำและต่อเนื่อง สามารถเก็บเงินได้ เป็นกองทุน ไว้ใช้ในโอกาสต่าง ๆ เป็นการเสริมสร้างนิสัย ให้คนในชาติรู้จักมัธยัสถ์ ประหยัด ครอบครัวยั่งยืน คง

1.3.4 การลดภาระของสังคม ในครอบครัวทั่วไปที่หัวหน้าเสียชีวิตลง โดยไม่ได้ทำประกันชีวิตและไม่มี ทรัพย์สินทิ้งไว้ให้ครอบครัว ก็จะมีปัญหาในการดำรงชีพและการศึกษาของบุตร ส่งผลกระทบแก่สังคม หากหัว หน้าครอบครัวมีประกันชีวิตไว้ ก็จะได้รับเงินจากการประกันชีวิต ช่วยลดบรรเทาภาระที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวได้

1.3.5 ประโยชน์ต่อประเทศชาติ การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง เกื้อกูลกัน เช่น บุคลากร เงินทุน ประเทศเป็นประเทศที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เงินทุนใน การพัฒนา เงินจำนวนมากที่ได้จากการออมทรัพย์ของประชาชนในรูปของการประกันชีวิต จะสามารถนำมาใช้ เป็นทุนทรัพย์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศเช่นซื้อพันธบัตรรัฐบาล และลงทุนในกิจการต่าง ๆ ตามที่ กฎหมายกำหนด เป็นการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนและจ้างงานเพิ่มขึ้น ช่วยให้คนมีงานทำ และมีรายได้มากขึ้น เป็นการยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของประชาชน ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีเสถียรภาพมากขึ้น

1.4 ชนิด ประเภท แบบของการประกันชีวิต

ชนิดของการประกันชีวิต

ชนิดของการประกันชีวิต มี 2 ชนิด คือชนิดมีเงินปันผล และชนิดไม่มีเงินปันผล

ชนิดไม่มีเงินปันผล อัตราเบี้ยประกันชีวิตจะต่ำกว่าชนิดมีเงินปันผล เพราะชนิดมีเงินปันผลผู้เอา ประกันชีวิตจะได้รับผลจากกำไรของบริษัท

ประเภทของการประกันชีวิต

การประกันชีวิต แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. การประกันชีวิตประเภทสามัญ (Ordinary Life Insurance) เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอา ประกันแต่ละกรมธรรม์ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ถึงหลายล้านบาท การชำระเบี้ยประกัน แบ่งเป็นรายปี 6 เดือน

3 เดือน หรือรายเดือน รวมทั้งอาจมีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจสอบสุขภาพก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทรับประกัน

2. การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม (ประเภทมวลชน) (Industrial Life Insurance) เป็นการประกันชีวิตประเภทหนึ่งซึ่งมีจำนวนเงินเอาประกันชีวิตแต่ละกรมธรรม์ต่ำ จำนวนเงินเอาประกันตั้งแต่ 10,000 ถึง 300,000 บาท การชำระเบี้ยประกันเป็นรายเดือน และจะไม่ตรวจสอบสุขภาพ ดังนั้นจึงมีระยะเวลาคอย 3 เดือน หรือ 6 เดือน หรือบางบริษัทไม่มีระยะคอย คือ ถ้าผู้เอาประกันเสียชีวิตในระยะเวลานี้ บริษัทจะไม่จ่ายจำนวนเงินเอาประกันชีวิตให้ แต่จะคืนเบี้ยประกันชีวิตที่ได้ชำระมาแล้วทั้งหมดแก่ผู้รับประโยชน์

การประกันชีวิตหมู่หรือกลุ่ม (Group Life Insurance) คือ ในกรมธรรม์ฉบับหนึ่งจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันหลายคน โดยทั่วไปตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไปส่วนมากจะเป็นพนักงานของบริษัท หรือในโรงงานอุตสาหกรรมเดียวกัน ลักษณะของการประกันชีวิตหมู่บริษัทประกันฯ อาจกำหนดให้มีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจก็ได้ นายจ้างจะเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันให้ลูกจ้างทั้งหมด ลูกจ้างหรือผู้มีสิทธิทำประกันชีวิตได้จะต้องสมัครเข้าทำประกันทั้งหมด หรือไม่น้อยกว่า 75% ของลูกจ้างทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ลูกจ้างที่มีสุขภาพไม่ดีเท่านั้นที่ทำประกันชีวิต ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นสวัสดิการ ซึ่งนายจ้างให้แก่ลูกจ้าง จากที่ผ่านมามีอัตราการตายของผู้เอาประกันชีวิตหมู่ในประเทศไทยมีจำนวนน้อยกว่าประกันชีวิตประเภทสามัญและประเภทอุตสาหกรรม

แบบของการประกันชีวิต

ได้แบ่งการประกันชีวิตพื้นฐานออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ในขณะใดที่ผู้เอาประกันเสียชีวิตลง บริษัทจะจ่ายเงินสินไหมให้แก่ผู้รับประโยชน์

1.1 การชำระเบี้ยประกัน แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การชำระเบี้ยประกันแบบตลอดชีพ คือ ชำระตั้งแต่วันเริ่มสัญญา เป็นงวด ๆ ละ เท่ากัน จนกว่าผู้เอาประกันชีวิตจะเสียชีวิต หรือครบกำหนดระยะเวลาสูงสุดที่ได้รับไว้ การชำระเบี้ยประกันภัยจำกัดระยะเวลา ผู้เอาประกันไม่ต้องชำระเบี้ยประกันภัยตลอดระยะเวลายาวนานเหมือนวิธีแรก แต่จะชำระจนถึงกำหนดระยะเวลาช่วงหนึ่ง เช่น 15 ปี , 20 ปี หรือชำระจนกว่าจะถึงอายุที่กำหนดไว้ เช่น ครบอายุ 50 ปี , 60 ปี เป็นต้น

1.2 การครบกำหนดสัญญา สัญญาจะสิ้นสุดเมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต หากผู้เอาประกันมีชีวิตยืนยาวอยู่ถึงครบกำหนดสัญญา บริษัทก็จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกัน และสัญญาเป็นอันสิ้นสุด

1.3 ชนิดของการประกันชีวิตแบบตลอดชีพ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ อาจจำแนกได้ตามลักษณะของความคุ้มครองและจำนวนเบี้ยประกันที่แตกต่างกัน

1.3.1 การประกันแบบตลอดชีพธรรมดา เป็นการประกันที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัย และจำนวนเบี้ยประกันคงที่ตลอดระยะเวลาของสัญญา

1.3.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนเบี้ยประกันโดยผู้เอาประกันสามารถชำระเบี้ยประกันต่ำในช่วงแรกและสูงขึ้นในช่วงหลัง หรืออาจชำระเบี้ยประกันสูงขึ้นเป็นช่วง (แบบขั้นบันได) ก็ได้

1.3.3 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนเงินเอาประกัน เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองคงที่ในระยะหนึ่ง หลังจากนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงจำนวนเงินเอาประกันภัยเพื่อขึ้นหรือลดลงเป็นช่วง ๆ โดยชำระเบี้ยเท่ากันตลอดสัญญา

2. การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา หรือ แบบเฉพาะกาล (Term Insurance) เป็นการประกันแบบพื้นฐานของการประกันชีวิตซึ่งมุ่งเน้นด้านความคุ้มครองเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีผลประโยชน์ในด้านการออมทรัพย์ หรือการสะสมเข้ามาเกี่ยวข้องให้ความคุ้มครองภายในกำหนดระยะเวลาของสัญญา เช่น 1 ปี, 5 ปี, 10 ปี หากผู้เอาประกันเสียชีวิตภายในกำหนดเวลาของสัญญา บริษัทจะจ่ายตามจำนวนเงินเอาประกันภัย ที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ และหากผู้เอาประกันอยู่จนครบสัญญา จะถือว่าสัญญาลิ้นสุดลงโดยไม่มีการจ่ายผลประโยชน์อื่นใดคืนทั้งสิ้น การประกันแบบนี้จะให้ความคุ้มครองสูง สัญญาอาจขาดอายุได้ง่ายเพราะไม่มีส่วนของการออมทรัพย์

2.1 การชำระเบี้ยประกัน แบบประกันแบบนี้ไม่มีการจ่ายเงินชดเชยใด ๆ คุ้มครองเฉพาะกรณีเสียชีวิตเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่มีมูลค่าเวนคืน หรือมูลค่าเงินสด ไม่มีเงินสำรองประกันภัย เบี้ยประกันแบบนี้จะต่ำกว่าแบบอื่น ๆ สำหรับการชำระเบี้ยสามารถชำระได้ 2 วิธี คือ ชำระครั้งเดียวเมื่อเริ่มสัญญา เช่น 5 ปี 10 ปี เป็นรายปี 6 เดือน 3 เดือน รายเดือน ก็ได้

2.2 การครบกำหนดสัญญา หากผู้เอาประกันอยู่ครบสัญญา จะถือว่าสัญญาลิ้นสุดลง ไม่มีการคืนเบี้ยประกัน ซึ่งคล้ายกับการประกันวินาศภัย ต่อมาได้มีการสร้างเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงแบบไว้ในกรมธรรม์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 เงื่อนไขการต่อสัญญาได้ ผู้เอาประกันมีสิทธิขอเปลี่ยนแบบจากชั่วระยะเวลามาเป็นแบบถาวรอื่นได้ เช่น แบบตลอดชีพ หรือแบบสะสมทรัพย์ ฯลฯ โดยแบบที่เปลี่ยนจะต้องมีอายุสัญญายาวกว่าเดิม และไม่ตรวจสอบสุขภาพ แต่ทั้งนี้ผู้เอาประกันจะต้องแจ้งความจำนงค์ในการขอเปลี่ยนแปลงภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้

2.2.2 เงื่อนไขการเปลี่ยนแบบได้ ผู้เอาประกันมีสิทธิขอเปลี่ยนแบบจากชั่วระยะเวลาเป็นแบบถาวรอื่นได้ เช่น แบบตลอดชีพ หรือแบบสะสมทรัพย์ ฯลฯ โดยแบบที่เปลี่ยนจะต้องมีอายุสัญญายาวกว่าเดิม และไม่ตรวจสอบสุขภาพ แต่ทั้งนี้ผู้เอาประกันจะต้องแจ้งความจำนงค์ในการขอเปลี่ยนแปลงภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้

2.3 ชนิดของการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา แบ่งออกเป็น

2.3.1 การประกันชีวิตระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันคงที่

2.3.2 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันภัยลดลงเป็น

ช่วง ๆ ตลอดระยะเวลาของสัญญา เช่น แบบคุ้มครองการจ้างงาน การประกันแบบชั่วระยะเวลา ที่จำนวนเงินเอาประกันภัยเพื่อขึ้นเป็นช่วง ๆ ตลอดระยะเวลาของสัญญาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจที่ค่าครองชีพสูงขึ้นทุกปี

3. การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

เป็นสัญญาที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินเอาประกันชีวิต ให้แก่ผู้เอาประกันเมื่อมีชีวิตอยู่จนครบสัญญา หรือจะจ่ายให้ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต ในระยะเวลาที่กำหนด การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นแบบประกันที่ได้รับความนิยมมาก ให้ผลประโยชน์ทั้งด้านความคุ้มครองและการออมทรัพย์ หากระหว่างสัญญาผู้เอาประกันมีเหตุขัดข้องทางการเงินไม่สามารถชำระเบี้ยประกันภัยต่อไปได้ หรือมีความจำเป็นต้องใช้เงินบางส่วน ผู้เอาประกันสามารถกู้เงินตามกรมธรรม์ เพื่อชำระเบี้ยประกัน หรือเวนคืนกรมธรรม์ เพื่อขอรับเงินสด ปิดบัญชีกรมธรรม์ใช้เงินสำเร็จ หรือเปลี่ยนเป็นกรมธรรม์ขยายเวลาได้

4. การประกันชีวิตแบบเงินรายปี

เป็นการประกันชีวิตที่ให้คุ้มครองรายได้ในวัยชรา หรือเมื่อเกษียณอายุโดยจ่ายทดแทนในรูปของเงินรายปี หรือนำบำนาญ เป็นแบบประกันที่สร้างความมั่นใจให้ผู้เอาประกันในอนาคตว่าจะมีรายได้เลี้ยงตนเองไปตลอดชีพ และสามารถสร้างความภูมิใจให้กับผู้เอาประกัน ว่าได้สะสมเงินไว้ส่วนหนึ่งซึ่งให้ผลตอบแทนกลับมาอย่างสม่ำเสมอ

4.1 การชำระเบี้ยประกัน การชำระเบี้ยประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยประกันของผู้เอาประกัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 วิธี คือ

4.1.1 การชำระเบี้ยประกันภัยครั้งเดียว (Single Premium Annuity) ผู้เอาประกันจะต้องชำระเบี้ยประกันภัยทั้งหมดเพียงครั้งเดียว

4.1.2 การชำระเบี้ยประกันภัยเป็นงวด (Periodic Level Premium Annuity) กำหนดให้มีการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นงวด ๆ ละ เท่า ๆ กัน เช่น ชำระเบี้ยงวดรายปี หรือรายเดือน ภายในระยะเวลาที่ระบุไว้แน่นอน เช่น 5 ปี หรือ 10 ปี ช่วงระยะเวลาของการชำระเบี้ยเรียกว่า “ช่วงเวลาแห่งการสะสม (Accumulated Period)”

4.2 การกำหนดวันเริ่มรับเงินและวิธีรับเงิน

4.2.1 การกำหนดวันเริ่มรับเงิน มี 2 แบบ คือ แบบรับเงินรายปี คือ รับเงินทันที และแบบเลื่อนระยะเวลารับเงินออกไป

4.2.2 การกำหนดวิธีรับเงิน

4.2.2.1 แบบที่จ่ายเงินรายปีให้แน่นอนตามอายุในสัญญา โดยมีได้คำนึงถึงการมีชีวิตอยู่หรือไม่ของผู้เอาประกัน

4.2.2.2 แบบเงินได้ตลอดชีพ เป็นแบบที่การจ่ายเงินรายปีจะจ่ายไปจนตลอดชีพของผู้เอาประกัน หากผู้เอาประกันเสียชีวิตลง การจ่ายเงินสิ้นสุดลงทันที

4.2.2.3 แบบเงินได้ตลอดชีพที่ประกันระยะเวลาจ่ายเงิน เช่นกรณีกำหนดการจ่ายเงิน 5 ปี หากผู้เอาประกันเสียชีวิตลงก่อนเวลาที่กำหนด บริษัทประกันจะจ่ายเงินในส่วนที่เหลือจนครบกำหนด 5 ปี แต่หากมีชีวิตอยู่เกิน 5 ปี บริษัทประกันรับรองการจ่าย ให้จนกว่าผู้เอาประกันจะเสียชีวิต

4.2.2.4 แบบเงินได้ตลอดชีพประกันจำนวนเงินจ่าย แบบนี้จะจ่ายผลประโยชน์ไปจนกว่าผู้เอาประกันเสียชีวิต โดยจำนวนเงินที่จ่ายแต่ละงวด รวมแล้วไม่ต่ำกว่าจำนวนเบี้ยประกันที่ได้ชำระไป

5. การประกันชีวิตแบบอื่น ๆ

นอกเหนือจากแบบพื้นฐานที่กล่าว ทั้ง 4 แบบแล้วนั้น ยังมีแบบของการประกันชีวิตแบบ อื่น ๆ ได้แก่ แบบสะสมทรัพย์ กับแบบสะสมทรัพย์แท้จริง แบบสะสมทรัพย์มีเงินคืนกับแบบชั่วระยะเวลา แบบคุ้มครองทั้งครอบครัว ฯลฯ ซึ่งแบบประกันต่าง ๆ เหล่านี้ เกิดขึ้นเนื่องจาก แบบที่ได้นำเสนอให้แก่ผู้บริโภค บางครั้งยังไม่ถูกใจ ดังนั้น จึงได้มีการนำเอาแบบประกันพื้นฐานทั้ง 4 แบบ มาประสมกัน เพื่อตอบสนองตามความต้องการและสนใจให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญและต้องการที่จะทำประกันชีวิต

1.5 จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต

1. มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้เอาประกัน บริษัทและเพื่อนร่วมอาชีพ
2. ให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกัน
3. ต้องรักษาความลับอันมิควรเปิดเผยของผู้เอาประกัน และของบริษัทต่อบุคคลภายนอก
4. เปิดเผยข้อความจริงต่อผู้เอาประกันในส่วนที่เป็นสาระสำคัญเพื่อการพิจารณารับประกันหรือเพื่อความสมบูรณ์แห่งกรมธรรม์
5. ไม่เสนอแนะผู้เอาประกันทำประกันเกินความสามารถในการชำระเบี้ยประกันหรือเสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์
6. ไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันสละกรมธรรม์เดิมเพื่อทำสัญญาใหม่ หากทำให้ผู้เอาประกันเสียประโยชน์
7. ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าบำนาญ เพื่อเป็นการจูงใจให้เอาประกันชีวิต
8. ไม่กล่าวให้ร้ายทั้บถมตัวแทนประกันชีวิต หรือบริษัทอื่น
9. หมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ
10. ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมประเพณีอันดีงาม ทั้งดำรงไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์ศรี และคุณธรรมแห่งอาชีพปฏิญาณ

1.6 ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต

1. ทฤษฎีแห่งการกระตุ้นและตอบสนอง (The Stimulus-Response Theory or The S.O.R. Theory) ทฤษฎีแห่งการกระตุ้นและการตอบสนอง มีแนวความคิดว่า “การกระทำที่เกิดขึ้น มีผลสืบเนื่องมาจากการตอบสนองต่อการกระตุ้น” หมายความว่า การกระทำทุกสิ่งทุกอย่างที่จะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องได้รับแรงกระตุ้นก่อนเสมอ และถ้าหากว่าได้รับแรงกระตุ้นที่ดีแล้ว ผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับที่ลูกค้าที่ได้รับการเสนอขายที่ดีจากพนักงานขายที่เชี่ยวชาญ ย่อมตอบสนองที่ดีลูกค้าตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อขณะนั้น แต่พนักงานขายก็จะได้รับการตอบสนองที่ดีเป็นแนวทางไปสู่การตัดสินใจในอนาคต

ตารางการเปรียบเทียบระหว่างทฤษฎีแห่งการกระตุ้นและตอบสนองกับสาเหตุซื้อ

Psychology จิตวิทยา	Stimulus สิ่งเร้า	→	Organism อวัยวะ	→	Response การตอบสนอง
Salesmanship วิชาศิลปการขาย	Buying Motives สาเหตุซื้อ	→	Customer ลูกค้า	→	Reaction ปฏิกิริยาโต้ตอบ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ทฤษฎีแห่งการกระตุ้นและตอบสนอง

1. ทำให้รู้ถึงธรรมชาติของมนุษย์ว่าจะต้องได้รับการกระตุ้นทุกครั้ง ก่อนที่จะตัดสินใจกระทำการใดสิ่งหนึ่งเสมอ
2. ใช้สาเหตุซื้อเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้ามองเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย กำไร ประหยัด และความทนทาน
3. พนักงานขายจะต้องเรียนรู้ถึงจิตใจของลูกค้าแต่ละราย แล้วค้นให้พบว่า (Finds-Out) ผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการคืออะไร นำไปเป็นสิ่งเร้า หรือสาเหตุซื้อ กระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้

ทฤษฎีเสริมแรงของฮัลล์ ฮัลล์ (Clark L. Hull) เป็นนักจิตวิทยาพฤติกรรมนิยม ได้ทำการทดลองทางด้านจิตวิทยา โดยใช้หลักทางคณิตศาสตร์เข้ามาอธิบายได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ ทฤษฎีการเรียนรู้ของฮัลล์ได้สร้างขึ้นจากการตั้งสมมติฐาน โดยใช้วิธีการอนุมาน (Deductive Procedures) การวิจัยทดลอง

สมมติฐานแรกของฮัลล์ เชื่อว่าการที่มนุษย์และสัตว์เกิดการเรียนรู้ได้ ต้องมีการสร้างแรงขับ (Drive) ได้แก่ การหิว การกระหาย ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งเป็นการจูงใจอย่างหนึ่ง และมีการเสริมแรงขับ ซึ่งทำให้แรงขับลดลง การเรียนรู้ชนิดนี้ ฮัลล์ เรียกว่า “การเสริมนิสัย”

ดังนั้น สมมติฐานแรกของฮัลล์ กล่าวว่า “ การแสดงพฤติกรรมการเรียนรู้มากหรือน้อย เกิดจากผลคูณระหว่างแรงขับกับอุปนิสัย (Habit) ของอินทรีย์ เมื่อได้รับการเสริมแรง หรือ เพิ่มเป็นสมการดังนี้

$$B = D \times H$$

B (Behavior) หมายถึง ความเข้มของการแสดงพฤติกรรมการเรียนรู้

D (Drive) หมายถึง แรงขับ

H (Habit) หมายถึง นิสัย

ฮัลล์ ได้เน้นรางวัลและตัวเสริมแรงโดยในทัศนะของฮัลล์ การเสริมแรงหมายถึง ลักษณะการให้รางวัล เพื่อก่อให้เกิดการลดแรงขับ หรือลดความต้องการลง หรืออาจกล่าวได้ว่า การเสริมแรง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงขับ แรงขับ หมายถึง สภาพความเครียดอันเป็นผลมาจากความต้องการและรางวัล (Reward) รางวัล หมายถึง ความพอใจที่ได้สนองตอบความต้องการ หรือได้ลดแรงขับลง

การเสริมแรงในทัศนะของฮัลล์ มี 2 ประเภท คือ

1. การเสริมแรงปฐมภูมิ (Primary Reinforcement) คือ การให้รางวัลหรือตัวเสริมแรงที่จะลดแรงขับปฐมภูมิ เช่น ความต้องการทางสรีระ หรือความต้องการขั้นพื้นฐาน

2. การเสริมแรงทุติยภูมิ (Secondary Reinforcement) คือ การเสริมแรงที่มีตัวเสริมแรงทุติยภูมิเกิดขึ้นควบคู่กับตัวเสริมแรงปฐมภูมิ ซึ่งมีคุณสมบัติคล้าย ๆ กับตัวเสริมแรงขับปฐมภูมินั้นไปด้วย ตามแนวคิดของฮัลล์ ถือว่า ตัวเสริมแรงชนิดนี้ มีความสำคัญและมีขอบเขตกว้างมากเพราะจะหมายถึงสิ่งเร้าทุก ๆ อย่างที่ปรากฏขึ้นพร้อมกับตัวเสริมแรงปฐมภูมิ ซึ่งมีผลให้แรงขับลดลง

แรงขับ (Drive) ฮัลล์ เห็นว่า แรงขับมีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์และเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ดังนี้

1. แรงขับปฐมภูมิ ประกอบด้วย ความหิว ความกระหาย และความต้องการทางเพศ ส่วนแรงขับทุติยภูมิ คือ แรงขับหรือสิ่งเร้าที่เกิดพร้อมแรงขับปฐมภูมิ และมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เช่นเดียวกับแรงขับปฐมภูมิ

2. ถ้าไม่มีแรงขับ ก็เป็นเหตุให้

2.1 การเรียนรู้เกิดขึ้นไม่ได้ เพราะการเรียนรู้เกิดขึ้นจากการลดแรงขับ

2.2 ไม่มีการเสริมแรง เพราะการเสริมแรงจะเกิดขึ้นเมื่อแรงขับลดลง

2.3 ไม่มีการตอบสนอง เพราะแรงขับจะกระตุ้นให้มีแนวโน้มจะตอบสนองและสนองตอบเพิ่มขึ้น

ทฤษฎีการเสริมแรงของอัลล์ จะมีประโยชน์ในงานประกันชีวิต คือ ทำให้ตัวแทนขายประกันชีวิตได้ศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาถึงแรงเสริมทั้งปฐมภูมิและหตุยภูมิเพื่อนำไปใช้เป็นแรงขับ หรือแรงกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการ หรือ หาตัวเสริมแรงที่สามารถช่วยลดแรงขับให้ลดน้อยลง เพื่อสร้างการตอบสนองให้กับลูกค้า

3. ทฤษฎีแห่งการวิเคราะห์ลูกค้า (The Depth Theory) ทฤษฎีนี้ถือว่าพนักงานขายที่รู้เรื่องเกี่ยวกับลูกค้ามากเพียงใด ย่อมทำงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงนั้น ทฤษฎีแห่งการวิเคราะห์วิเคราะห์ลูกค้า เป็นทฤษฎีการขายที่ใช้แพร่หลายมาก และมีหลักการที่ใช้ได้ผลเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีทั้งหมด หลักสำคัญของทฤษฎีนี้คือ พนักงานขายจะพิจารณาความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับแรก โดยไม่คำนึงถึงสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยเฉพาะพนักงานขายจะวิเคราะห์ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าโดยการพบปะพูดคุยกับลูกค้าโดยตรงเมื่อทราบปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าแล้ว พนักงานขายมีหน้าที่ช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า หรือหาทางตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้องเหมาะสมที่สุด (ปนัดดา คุรุกิจกำจร.2543:13 ;อ้างอิงจาก ดำรัสสิริ อุทยานานนท์. 2524 .หน้า 50-52)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขายประกันชีวิต (Theory of Sell Insurance)

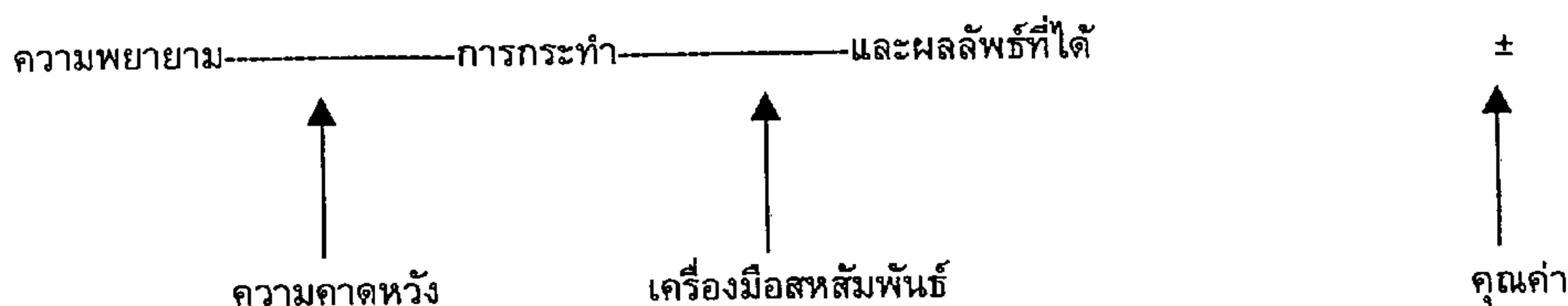
ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่เป็นรูปแบบของการรับรู้ จากประมวลความคิดของการจูงใจยึดกระบวนการคิดจากจิตสำนึกของคนด้วยการประเมินสถานการณ์ ทฤษฎีนี้จึงกลายเป็นทฤษฎีการตัดสินใจ ด้วยทฤษฎีนี้อธิบายว่าคนจะตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรด้วยการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมาและความเป็นไปได้กับตัวของเขา รายละเอียดของทฤษฎีความคาดหวัง มีดังนี้ คือ

1. การกำหนดความพยายาม (The Determinants of Effort) มีฐานความคิดของทฤษฎีความคาดหวังที่กล่าวถึงการจูงใจเป็นปัจจัยที่เกิดโดยผลที่ได้จากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ ตามเหตุผลของการกระทำนั้น ๆ จำนวนของความพยายามจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ

1.1 การรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม (Effort) และการกระทำ (Performance) เป็นความคาดหวัง (Expectancy)

1.2 การรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ (Performance) และผลลัพธ์ที่ได้ (Outcomes) เป็นเครื่องมือ

1.3 คุณค่าของผลลัพธ์ที่ได้ (Valence)



2. ความคาดหวัง (Expectancy = EXP) หมายถึง ความเป็นไปได้ถึงความพยายาม ที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล เช่นถ้าฉันพยายามทำงานหนักอย่างจริงจัง ฉันก็สามารถทำงานนี้ได้ ความคาดหวังจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของความพยายามและการกระทำ

3. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ (Instrumentality = I) ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น ถ้าฉันทำดี ฉันจะได้รับรางวัล หรือถ้าฉันทำดี ฉันจะได้อะไรตอบแทน

4. คุณค่า (Valence = V) หมายถึง ค่าของผลลัพธ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูดใจคน

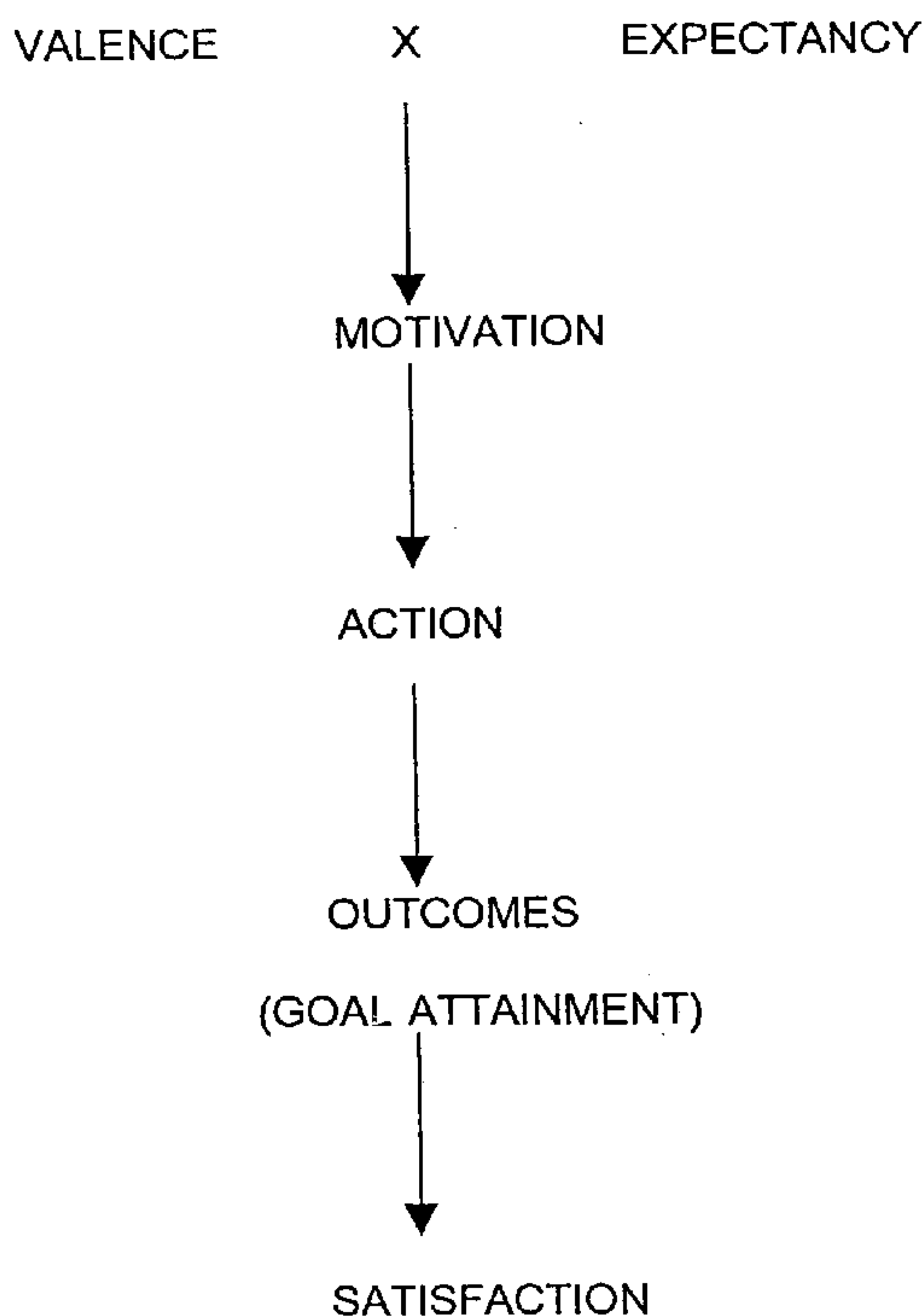
5. ความพยายาม (Effort of Force = E) เป็นผลรวมของ EXP, I และ V คนคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่าสูง ถ้าเขาทำงานดี และคนคาดหวังว่าจะทำงานได้ดีถ้าเขาพยายามเต็มที่

องค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวัง ทั้ง 3 ประการ คือ EXP , I และ V ถ้านำมาคูณกันจะได้เป็นความพยายามของบุคคล เขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{Effort} = \text{EXP} \sum (\text{I.V})$$

เขียนเป็น MODEL เพื่อนำไปใช้เกี่ยวกับการจูงใจในการกระทำ ได้ดังนี้

EXPECTANCY MODEL ในการทำงาน.



(ปนัดดา คुरुกิจกำจร.2543 : 15-17 ;อ้างอิงจาก หลุยส์ จำปาเทศ.2535 : 54-59)

รายงานวิจัยของโอลิเวอร์ (ปนัดดา คुरुกิจกำจร.2543 : 17 ;อ้างอิงจาก Oliver. 1974 : 243-253) ได้นำเอาทฤษฎีความคาดหวังทำนายความสามารถในการขายของพนักงานขายโดยศึกษากับตัวแทนขายประกันชีวิตที่ทำงานเต็มเวลากับบริษัทประกันชีวิตจำนวน 99 คน พบว่าทฤษฎีความคาดหวัง จะมีประโยชน์ในการช่วยทำนายความสำเร็จของการขายหรือรายได้ที่ควรจะได้เมื่อพนักงานขายไปพบลูกค้าของเขาในการทำประกันชีวิต

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ของมาสโลว์

มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้แบ่งลำดับขั้นตอนความต้องการเบื้องต้นของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้น โดยเรียงลำดับความสำคัญหรือความจำเป็นสูงสุดไปจนถึงความจำเป็นชั้นรองลงไปเรียงตามลำดับดังนี้ (จิตวิทยาธุรกิจ. 2523 :112-113)

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นทางสรีระของบุคคล เช่น อาหาร น้ำ อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการทางร่างกาย เป็นสิ่งจำเป็นและมีอิทธิพลสูงสุดต่อบุคคลทั่วไป เพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ หากร่างกายไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการดังกล่าวมาแล้ว ความต้องการสิ่งอื่น ๆ ก็จะไม่ปรากฏ หรืออาจถูกขจัดเซกภายใต้ความต้องการดังกล่าว

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการทางกายของตนเพียงพอแล้ว ความต้องการทางกายจะลดลงหรือหมดไปและความต้องการอื่น ๆ ในขั้นสูงกว่าก็จะเกิดขึ้นตามมา สิ่งแรกก็คือ ความต้องการความปลอดภัยในผู้ใหญ่ ความต้องการเช่นนี้ปรากฏให้เห็นชัดในกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออก เช่น การเก็บออมทรัพย์ไว้ในอนาคตการประกันชีวิตการประกันทรัพย์สินของตน

3. ความต้องการความรัก และการเป็นเจ้าของ (Love and belongingness) เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองทางกาย และความรู้สึกปลอดภัยจนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอีกขั้นหนึ่งตามมาก็คือ ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ และความรักกับคนอื่น ๆ เช่น เพื่อน คนรัก หรือครอบครัว

4. ความต้องการการเป็นที่ยอมรับและยกย่อง (Esteem Needs) คนทั่วไปไม่มีความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง และเป็นที่น่าเคารพยกย่องทั้งจากตนเอง และได้รับการยอมรับและยกย่องจากคนอื่น ๆ ความต้องการนี้อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 ความต้องการพลังความแข็งแรง ความสำเร็จ ความสมบูรณ์พอเพียงในด้านต่าง ๆ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความเป็นอิสระและมีเสรีภาพ

4.2 ความต้องการชื่อเสียงและเกียรติยศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับการยกย่องและยอมรับ นับถือจากคนอื่น รวมทั้งความสนใจความสำคัญและความชื่นชมยินดี

5. ความต้องการที่จะเข้าใจ และรู้จักตนเอง (Self Actualization Needs) ความปรารถนาที่จะได้รับความสมบูรณ์พอใจแก่ตนเอง (Self-fulfillment) ในสิ่งที่ตนมีแนวโน้มหรือความสามารถที่จะเป็นหรือทำได้ เพื่อให้คนได้รับความสุขหรือความพึงพอใจสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ จากการที่ตนได้เป็นหรือได้ทำในสิ่งที่ตนมีความสามารถที่จะทำ หรือเป็นไปได้ทุกสิ่งตามที่ปรารถนา

ความเกี่ยวข้องระหว่างทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการของมาสโลว์กับการประกันชีวิต

ในธุรกิจการประกันชีวิตนั้น เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและทรัพย์สินของบุคคล ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางจิตวิทยา การที่ผู้ซื้อประกันชีวิตตัดสินใจทำประกันชีวิตนั้นก็เพราะต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตให้กับตนเองและญาติพี่น้อง ในส่วนตัวแทนประกันชีวิตก็เช่นกัน การที่ตัวแทนประกันชีวิตต้องการความสำเร็จในการทำงานนั้น เพราะต้องการเงินค่าตอบแทนและตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางจิตวิทยาเช่นกัน สุธรรม พงศ์สำราญ (2528 : 9-11) กล่าวว่า ธุรกิจการประกันชีวิตจึงมีทฤษฎีทางจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจดังกล่าว ดังนี้

1. การประกันให้ความคุ้มครองต่อครอบครัวในกรณีที่หัวหน้าครอบครัวเกิดมีอันเป็นไปก่อนระยะเวลาอันควร สมาชิกของครอบครัวก็จะประสบความยากลำบากด้วยเหตุผลนี้บุคคลที่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่มีความรักและเป็นห่วงครอบครัว สามารถที่จะทราบความเป็นจริงของชีวิต จึงได้ทำการประกันชีวิตเพื่อที่จะให้ภรรยา บุตร ได้มีเงินเลี้ยงตัวโดยไม่ต้องไปพึ่งญาติพี่น้องหรือคนอื่น

2. ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์ การประกันชีวิตเป็นการเก็บออมอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ในกรณีฉุกเฉิน เพราะการประกันชีวิต เป็นการเก็บออมที่มีเป้าหมายแน่นอน เงินที่เก็บออมนี้นำไปใช้ได้ยากมาก ยกเว้นในกรณีที่จำเป็นจริง ๆ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การประกันชีวิต คือ วิธีการเก็บออม “กองทุนยามฉุกเฉิน” ที่ดีที่สุด

3. การประกันชีวิตทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วย ทุพพลภาพและชราภาพการประกันการเจ็บป่วยทำให้ผู้เอาประกัน มีรายได้สำหรับการเลี้ยงตนเอง ในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิง หรือได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลในยามที่ผู้เอาประกันบาดเจ็บต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล การประกันเบี้ยเลี้ยงในยามชรา ทำให้ผู้เอาประกันสามารถมีเบี้ยเลี้ยงยังชีพไปจนตลอดชีวิต ไม่ว่าจะมียังชีพอยู่ยาวนานสักเพียงใดก็ตาม

4. การประกันชีวิตช่วยปลูกฝังให้เกิดความรัก และความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัวหัวหน้าครอบครัว ซึ่งเป็นกำลังหลักในการหาเลี้ยงครอบครัว จะมีความรักและมีความรับผิดชอบต่ออย่างเต็มที่ต่อบุคคลในครอบครัว เช่น ภรรยา บุตร และต่อบุคคลอื่นที่มาพึ่งพาอาศัยอยู่ด้วย การแสดงซึ่งความรักและความรับผิดชอบต่ออย่างสมบูรณ์นั้น แม้หัวหน้าครอบครัวจะไม่มีชีวิตอยู่ บุคคลที่อยู่ข้างหลังก็สามารถมีความสุขและความมั่นคงปลอดภัย หัวหน้าครอบครัวสามารถให้ความมั่นใจแก่เขาได้แม้จะเสียชีวิตไปแล้วก็ตาม นี่คือ ความรักและความรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง

5. การประกันชีวิต ส่งเสริมให้เกิดความสันติสุข และความมั่นคงปลอดภัยในสังคม เพราะความปรารถนาสูงสุดนั่นคือ ต้องการมีชีวิตอย่างผาสุกและมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต ไม่มีความวิตกกังวลในอนาคตข้างหน้า

สรุปความเกี่ยวข้องของทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์กับผู้เอาประกันเกี่ยวข้องกับลำดับชั้นความต้องการขั้นที่ 2 คือ ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยและลำดับชั้นความต้องการที่ 3 คือ ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ

สุธรรม พงศ์สำราญ (2528 : 220-221) กล่าวว่า สำหรับตัวแทนประกันชีวิต (Sales Insurance) มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ดังนี้

1. เงินรายได้จากงานตัวแทน ทุกคนมีโอกาสหารายได้จากงานได้ตามความต้องการทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความขยันขันแข็ง และความสามารถของแต่ละบุคคล

2. ความมั่นคงในงานตัวแทนประกันชีวิต มีความมั่นคงในอาชีพ สามารถที่จะยึดเป็นอาชีพได้ ถ้า

ทำงานจริงจัง ผลงานย่อมจะดี และเก็บผลประโยชน์ค่าบำเหน็จตอบแทนทั้งงานใหม่และสร้างสินเพิ่มตลอดเวลา อีกทั้งงานเก่าก็ได้รับค่าบำเหน็จในการเก็บเงินงวดที่ครบชำระอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นถ้าทำงานนานปีก็ยังมีผลประโยชน์เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. ความก้าวหน้าในงาน ในการเป็นตัวแทนการขายประกันชีวิตนี้ ย่อมจะมีช่องทางก้าวหน้าไปตามความสามารถไม่หยุดยั้งอันเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการถาวรงานจริง ตัวแทนมีโอกาสก้าวหน้าในการทำงานตามลำดับขั้น แต่ละระดับมีรายได้สูงกว่าอาชีพบางอาชีพ และได้เป็นเงินก้อนใหญ่มากกว่าจากผลการใช้เวลาในการทำงานเท่า ๆ กัน

4. ชื่อเสียงจากการทำงาน งานขายกรรมธรรม์ประกันชีวิตสร้างชื่อเสียง ทำให้มีเพื่อนฝูง สังคมกว้างขวางยิ่งขึ้น ยิ่งนานวัน ตำแหน่งที่หน้าสูงขึ้น ย่อมมีชื่อเสียงสร้างความภูมิใจให้แก่ตนเองยิ่งขึ้น

5. ตัวแทนประกันชีวิตมีอิสระในการทำงาน ตัวแทนทำงานได้ตามความคิด และมีความรับผิดชอบของตนเอง มีเสรีในการคัดเลือกลูกค้าที่จะไปติดต่อพบปะด้วยมีโอกาสปรับปรุงวิธีการเสนอขายด้วยตนเอง นับว่าช่วยให้ผู้ทำงานนี้ ใช้ความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อยู่เสมอ สรุปว่าตัวแทนประกันชีวิตเป็นบุคคลทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลา

6. ความสุข (ในฐานะนักสังคมสงเคราะห์) ตัวแทนขายประกันชีวิตที่รักงานนี้หลายคนกล่าวว่า เขาชอบงานนี้ เพราะตนเองมีส่วน

6.1 ช่วยให้ผู้ค้าผู้ซื้อประกันชีวิตมีหลักทรัพย์ไว้คุ้มครองครอบครัว

6.2 ช่วยให้ผู้ค้ามีเงินทุนสำรองไว้ในยามฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้บ้านเรือน เมื่อโรงเรียนเปิดเทอมสามารถกู้เงินตามสิทธิในกรรมธรรม์มาปิดเป่าความเดือดร้อนได้

6.3 ช่วยให้ผู้ค้าสะสมเงินไว้ใช้จ่ายเกษียณหรือออกจากงาน

6.4 ช่วยให้ผู้ค้าประสบความสำเร็จตามแผนการตลาด ด้วยการใช้จ่ายเงินจากกรรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อครบกำหนด

6.5 ช่วยให้เกิดมิตรภาพที่สนิทสนม และเห็นอกเห็นใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างตัวแทนกับครอบครัวของลูกค้าในอนาคต

สรุปแล้วการเป็นตัวแทนประกันชีวิต เป็นงานที่นำมาซึ่งความสุข ช่วยให้ผู้อื่นเป็นสุขหมดกังวลในความไม่แน่นอนของชีวิตไปด้วย

ทฤษฎีลำดับความต้องการ : ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Need theories) : ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG theory) ทฤษฎีความต้องการ Alderfer หรือเรียกอีกอย่างว่า ทฤษฎี ERG (ERG ย่อมาจาก Existence Relatedness – Growth theory) Alderfer เป็นเจ้าของทฤษฎี ซึ่งเน้นการทำให้เกิดความพอใจ ตามความต้องการ

ของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่าความต้องการตามใดจะเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลาย ๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG มีน้อยกว่าความต้องการลำดับขั้นของมาสโลว์

Alderfer ได้แบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

ความต้องการมีชีวิตอยู่ (Existence needs) เป็นความต้องการของบุคคลที่ต้องการการตอบสนองเพื่อให้มีชีวิต เป็นความต้องการได้รับการตอบสนองทางกาย กล่าวคือ ต้องการอาหารเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เครื่องใช้ต่าง ๆ ยารักษาโรค ผู้บริหารจึงควรตอบสนองความต้องการด้วยการให้ค่าตอบแทนเป็นเงินค่าจ้าง เงินพิเศษ รวมถึงความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรมมีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs) เป็นความต้องการของบุคคลที่จะมีมิตรไมตรี มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่อยู่แวดล้อมในการทำงาน ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เกิดสภาพภาพที่ยอมรับทางสังคม

ความต้องการความก้าวหน้า (Growth needs) เป็นความต้องการสูงสุดของบุคคล ได้แก่ ความต้องการได้รับการยกย่อง และต้องการความสำเร็จในชีวิต ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้า ด้วยการพิจารณาการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่งานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ.สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมกัน แสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าสนใจ มีความเป็นกันเอง มี

วิจารณ์

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริษัทดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

1.7 ประวัติบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (AMERICAN INTERNATIONAL ASSURANCE COMPANY LIMITED) มีชื่อย่อว่า บริษัท เอ.ไอ.เอ. เริ่มก่อตั้งเมื่อปลายปี ค.ศ.1930 โดยคณะบุคคลกลุ่มหนึ่งประกอบด้วยหลายฝ่าย มีทั้งนักกฎหมาย นายทุน และผู้เชี่ยวชาญประกันภัยได้ปรึกษาหารือกันที่นครเซี่ยงไฮ้ ซึ่งมีนักธุรกิจและนักวิชาชีพที่สำคัญ วัตถุประสงค์ตรงกันคือ เพื่อก่อตั้งบริษัทดำเนินกิจการประกันภัย กล่าวคือ ไม่เพียงเพื่อดำเนินการค้ำประกันชีวิตเท่านั้น แต่ต้องการขยายการประกันให้ครอบคลุมถึงการประกันภัยทางทะเล ประกันไฟ ประกันอุบัติเหตุ และรวมถึงการประกันโดยทั่วไปอีกด้วย กลุ่มบุคคลดังกล่าวได้รวมกันก่อตั้งบริษัทขึ้นสำเร็จและเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 14 เมษายน ค.ศ.1931 โดยใช้ชื่อว่า..."บริษัท อินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด" และในปัจจุบันนี้ กิจการของบริษัทได้แผ่ขยายออกไปอย่างไม่หยุดยั้งในประเทศต่าง ๆ รั้อยกว่าประเทศ ซึ่งบริษัทได้เข้าไปดำเนินกิจการประกันภัยอยู่ในขณะนี้ ต่างก็ยอมรับและอนุมัติให้บริษัทดำเนินกิจการธุรกิจประกันภัยได้โดยถูกต้องตามกฎหมายของแต่ละประเทศที่บริษัทได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ เป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้สำเร็จเป็นอย่างดีตลอดมา

ในปี 1941 นับแต่เปิดกิจการในประเทศไทย สงครามมหาเอเชียบูรพาเกิดขึ้น เกิดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินที่ไม่อาจประเมินค่าได้ พร้อมกับภาวะชะงักงันในการประกอบอาชีพของประชาชน และการดำเนินการธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจประกันภัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ รัฐบาลในขณะนั้นได้ออกกฎหมายควบคุมทรัพย์สินซึ่งถือว่าเป็นชนชาติของศัตรู บริษัท เอ.ไอ.เอ.ก็ได้หยุดกิจการชั่วคราว

หลังสงครามสงบ บริษัทได้วางแผนขยายธุรกิจประกันชีวิตและประกันวินาศภัยในภาคพื้นใหม่ จึงย้ายสำนักงานแห่งใหม่มาอยู่ที่ฮ่องกง และเปลี่ยนชื่อจากเดิมที่ว่า "อินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์" มาใช้ชื่อใหม่ว่า "บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด"

ภายหลังสงครามได้ยุติลง บริษัท เอ.ไอ.เอ.เป็นบริษัทประกันชีวิตในประเทศแห่งเดียวที่ได้กลับมาเปิดดำเนินการอีกครั้งในนามของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในฐานะตัวแทนทั่วไป พร้อม ๆ กับให้บริการแก่ผู้ถือกรมธรรม์ครั้งสมัยสงคราม

เพื่อรองรับการเจริญเติบโต บริษัทได้ทำการก่อสร้างอาคารใหม่ สูง 20 ชั้น มูลค่า 400 ล้านบาท บนเนื้อที่ 5 ไร่ ซึ่งเชื่อมติดกับอาคารเดิม ทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 1986 เป็นการแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงของบริษัทในประเทศไทย การขยายการลงทุนเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นการขยายสมรรถภาพของบริษัทในด้านบริการประชาชนด้วย

1.8 ทัศนคติในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด

บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด เป็นผู้นำของธุรกิจประกันชีวิตในหลายประเทศในภาคพื้นเอเชียอาคเนย์ เป็นบริษัทที่มีผลประโยชน์การที่ดียอดเยี่ยม และยังคงดำรงความเป็นผู้นำของธุรกิจประกันชีวิต รวมถึงการมีนโยบายการลงทุนที่เคร่งครัด และมีการประเมินการบริหารงานเป็นประจำ ซึ่งบริษัทได้มีการกำหนดทัศนคติในการดำเนินธุรกิจไว้ดังนี้

1. คุณภาพ คือ วัฒนธรรมขององค์กร
2. เพิ่มอัตราการเติบโตทางธุรกิจทุกปี เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในการเป็นบริษัทประกันชีวิตอันดับหนึ่ง
3. เป็นที่ประจักษ์ในฐานะผู้ให้บริการทางการเงินชั้นนำของประเทศไทย

ทัศนคติดังกล่าวข้างต้น ช่วยเสริมสร้างให้ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ก้าวสู่ความเป็นองค์กรที่มีคุณภาพสูงสุด มุ่งมั่นที่จะมอบบริการที่เป็นเลิศ โดยบุคลากรมืออาชีพ และเป็นหลักประกันที่มั่นคงสำหรับลูกค้าและสังคมตลอดไป โดยมีนโยบายในการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้

1. นโยบายด้านความมั่นคง

บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ได้ยึดหลักการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นคง ดังนี้

1.1 มีนโยบายการลงทุนที่เคร่งครัด โดยมีการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงอย่างรัดกุม เพื่อให้คุณภาพของสินทรัพย์ที่ลงทุนมีความเสี่ยงต่ำ และมีการกระจายความเสี่ยง

1.2 มีนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับกฎเกณฑ์การลงทุนที่กรมประกันภัยกำหนด

1.3 มีการวางแผนการลงทุนอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงสภาพคล่องของสินทรัพย์ และสถานะ

เศรษฐกิจโดยรวม

1.4 คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะตอบแทนให้กับลูกค้า สังคม และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เพื่อสร้างความมั่นคง มั่นใจ และความไว้วางใจ ให้เกิดกับลูกค้าทุกคน

2. นโยบายด้านการบริการหลังการขาย

บริษัท อเมรிகันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตัวแทนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ตัวแทนได้เข้าใจถึงความสำคัญของการรักษาธุรกิจให้คงอยู่ รวมถึงให้เข้าใจความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมที่ตามมาหลังจากการขายเสร็จสิ้นแล้ว และเป็นหน้าที่ของตัวแทนโดยตรงที่มีต่อลูกค้าในการดูแลให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ซึ่งลักษณะของการบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. แบบทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย

1.1 การจัดให้มีการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีการติดต่อกับลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง

1.2 การจัดตารางการพัฒนาดตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยการศึกษา เรียนรู้ การรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงทาง

สังคมที่มีผลกระทบต่อลูกค้า

2. แบบเฉพาะ การบริการ ซึ่งได้มีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อจัดการบริการให้ถูกต้องตาม

ความต้องการของลูกค้า ในแต่ละกรณี ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า โดยการระบุความต้องการ

2.2 การอธิบายที่ชัดเจนและเข้าใจในวิธีการตอบสนองตามความต้องการ

2.3 วิธีการแนะนำทางเลือกที่ดีที่สุดในการให้บริการ

2.4 การติดตามที่เหมาะสมในบริการนั้น ๆ

2.5 การเริ่มต้นติดต่อกับลูกค้าด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนของการให้บริการ

เมื่อรู้ถึงลักษณะของการบริการแล้ว เราก็จะสามารถจัดลำดับขั้นตอนของการให้บริการซึ่งจะ

แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การจัดโปรแกรมการบริการ

การบริการจะเริ่มต้นทันทีที่ลูกค้าปิดการขาย แต่การให้บริการอย่างจริงจังจะเริ่มเมื่อมีการส่งมอบกรมธรรม์ต่อลูกค้าแล้ว ดังนั้นตัวแทนควรจะมีการจัดแผนการการบริการลูกค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อสะดวกในการบริการลูกค้า

วัตถุประสงค์ในการจัดโปรแกรมการบริการ

เพื่อให้ตัวแทนทราบถึงลำดับขั้นตอนในการให้บริการลูกค้าในแต่ละครั้ง นั่นหมายความว่า หลังจากที่ตัวแทนได้ปิดการขายแล้ว ตัวแทนจะต้องบันทึกข้อมูลทั้งหมดของลูกค้าลงไว้ในที่ที่สามารถใช้ได้สะดวก เช่น อาจมี

บัตร 2 ใบ เป็นบัตรหลัก 1 ใบ จัดเรียงไว้ตามลำดับอักษร และบัตรอ้างอิง บรรจุข้อมูลที่ได้จากลูกค้า เพื่อจะได้ทราบว่ามีอะไรบ้างต่อไป ตัวแทนจะต้องให้การบริการลูกค้าเมื่อใด ในโอกาสใด เพราะการที่ตัวแทนแต่ละคนได้ศึกษาข้อมูล และจัดลำดับขั้นตอนที่จะเข้าพบลูกค้าไว้ตั้งแต่เริ่มแรก จะทำให้ตัวแทนสามารถให้การบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2. การให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

คือการที่ตัวแทนมีการส่งข่าวสารข้อมูลแจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อย้ำเตือนให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของงานที่ตัวแทนทำอยู่ ซึ่งในโอกาสต่าง ๆ ที่ตัวแทนจะสามารถรักษาระดับการบริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องนั้น ก็อาจมาจากความสนใจพิเศษของลูกค้า อาชีพของลูกค้าหรือเรื่องราวที่เกี่ยวพันกับลูกค้าและครอบครัว เช่น กีฬา การงาน งานอดิเรก งานสังคม ธุรกิจ ฯลฯ

ข่าวสารต่าง ๆ ที่ตัวแทนสามารถส่งให้กับลูกค้า คือ

- ส่งหัวข้อข่าวที่ตัดจากหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ลูกค้าสนใจ ตลอดจนงานอดิเรกหรือกิจกรรมที่ลูกค้ามีส่วนร่วมอยู่
- ส่งข้อมูลแนวโน้มการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจจะกระทบถึงลูกค้าได้ เช่น แผนการจัดที่ดิน สินเชื่อ และเรื่องภาษี ให้ลูกค้า
- ส่งสำเนารายงานประจำปีของบริษัท AIA ให้กับลูกค้า
- ส่งการ์ดให้กับลูกค้าเมื่อคุณเดินทางไปต่างเมือง
- ส่งบัตรอวยพรหรือโทรศัพท์แสดงความยินดีต่อลูกค้าเมื่อเขาได้เลื่อนตำแหน่ง
- ส่งข่าวให้ลูกค้าทราบถึงความคืบหน้าของคุณ
- เมื่อเขียนจดหมายถึงลูกค้าควรสอดซองเขียนที่อยู่พร้อมกับติดแสตมป์ เพื่อส่งกลับด้วย

(ถ้าจำเป็น)

การที่ตัวแทนได้ส่งของขวัญหรือของที่ระลึกให้กับลูกค้า ซึ่งตัวแทนอาจจะไม่คิดว่าเป็นการบริการ แต่เป็นการให้ของขวัญกับลูกค้านั้นสามารถให้ประโยชน์กับตัวแทนได้ 3 ประการ

1. ช่วยให้ตัวแทนใช้เป็นโอกาสในการเข้าพบลูกค้า
 2. เป็นการแสดงความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
 3. เป็นการแสดงให้เห็นว่า คุณยังอยู่ในอาชีพตัวแทน
- ฉะนั้น การส่งของขวัญให้กับลูกค้า ขอให้ระลึกถึงสิ่งเหล่านี้เป็นสำคัญ

1. ให้ในสิ่งที่แสดงความเป็นส่วนตัว / เฉพาะลูกค้า เช่น ลูกค้าเป็นนักสะสมแสตมป์ ของขวัญ

อาจเป็นสมุดสำหรับสะสมแสตมป์

2. ให้ในสิ่งที่ใช้ประโยชน์ได้ ของขวัญที่ให้จะสูญเงินโดยเปล่าประโยชน์หากไม่ได้รับความสนใจจากผู้ที่ได้รับของนั้น

3. ส่งเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เมื่อโอกาสนั้นมาถึงหากเป็นไปได้ และแสดงถึงความมีรสนิยม ควรให้บางสิ่งที่มีชื่อของคุณติดอยู่ด้วย เช่น ปฏิทิน กระดาษจดบันทึก ปากกา ดินสอ ซึ่งสามารถพิมพ์ชื่อของตัวแทนบนของขวัญเหล่านี้ได้

3. การบริการประจำปี

ในแต่ละปีของการบริการลูกค้า สิ่งสำคัญที่ตัวแทนควรจะทำ คือ การตรวจสอบสถานภาพกรรมธรรม์ของลูกค้า เพื่อเป็นการเตรียมข้อมูลพื้นฐานในการเข้าพบลูกค้าครั้งที่สำคัญที่สุดของปีนั้น

การตรวจสอบต่อไปนี้จะจุดเริ่มต้นในการกำหนดแนวทางที่ชัดเจน ที่ตัวแทนจะได้ทบทวนการบริการลูกค้าที่ผ่านมาและในอนาคต ซึ่งจำเป็นต้องมีแบบฟอร์ม เพื่อตรวจสอบข้อมูลสำคัญของลูกค้า ในปัจจุบันว่าถูกต้องตามที่จริงหรือไม่ เพราะโดยธรรมชาติแล้ว สิ่งที่คุณรู้เกี่ยวกับตัวลูกค้าจะเป็นตัวกำหนดหัวข้อในการบริการ

3. นโยบายด้านผลประโยชน์ตอบแทน

การประกันชีวิตถือเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงให้กับผู้ทำประกันและครอบครัว ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต จะมีความมั่นใจในความมั่นคงของชีวิต หากมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันขึ้น ผลประโยชน์ตามกรรมธรรม์จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทั้งปวงได้ ซึ่งบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ก็เป็นบริษัทหนึ่งที่ยังคงยึดมั่นปณิธานที่ว่า ลูกค้า คือสมาชิกคนสำคัญ และคำนึงถึงผลประโยชน์ตอบแทนที่จะมอบให้ลูกค้าเป็นหลัก เพื่อเป็นการตอบแทนความไว้วางใจที่ลูกค้าได้มอบความไว้วางใจให้กับบริษัท ซึ่งผลประโยชน์ตอบแทนที่ลูกค้าจะได้รับจากการทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกอบด้วย

การได้รับเงินตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝาก โดยทางบริษัทจะจ่ายให้กับลูกค้าตามเงื่อนไขของสัญญาประกันชีวิต ในแต่ละแบบประกันที่ลูกค้าได้ทำไว้กับบริษัท

การคุ้มครองสุขภาพให้กับลูกค้าอย่างเต็มประสิทธิภาพและทุกเวลา โดยบริษัทได้จัดการบริการที่เพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลต่าง ๆ ทั่วประเทศ จำนวน 161 แห่ง โดยลูกค้าไม่ต้องสำรองเงินจ่ายไปก่อน บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษาพยาบาลเต็มจำนวนตามสิทธิที่ลูกค้าได้รับความคุ้มครอง

การได้รับเงินค่าชดเชยรายได้จากการเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลตามสิทธิและเงื่อนไขของสัญญาประกันชีวิตที่ลูกค้าได้ทำไว้

นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถนำเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตมาหักเป็นค่าลดหย่อนภาษีเงินได้ โดยรัฐบาลได้กำหนดให้ผู้เอาประกันชีวิตที่ซื้อกรรมธรรม์ที่มีระยะเวลาการประกันภัย 10 ปี ขึ้นไปและทำประกันชีวิตไว้กับบริษัท

ที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจในประเทศไทย สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตมาหักเป็นค่าลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามจำนวนเบี้ยประกันที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 50,000 บาท

4. นโยบายด้านการส่งเสริมการตลาด

หมายถึง องค์ประกอบของการใช้ความพยายามในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public relation) ซึ่งกระบวนการด้านการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ด้าน บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้าทั่วโลก รวมถึงการสร้างมาตรฐานที่ให้บริษัทยังคงรักษาความเป็นเลิศ บริษัทจึงได้ใช้นโยบายการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ด้าน โดยมีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising)

ทางบริษัทได้จัดทำเอกสารตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารการเคลื่อนไหวของบริษัทให้สมาชิกได้ทราบอย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ โดยจัดรูปแบบสิ่งตีพิมพ์ในรูปของโบรชัวร์ ที่มีสีสันสวยงาม เพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้ามากขึ้น และบริษัทยังใช้สื่อโฆษณาทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไปได้เห็นคุณค่าของการประกันชีวิตอีกด้วย

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)

บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ถือนโยบายว่า ลูกค้า คือบุคคลสำคัญ ดังนั้นลูกค้า ควรได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด ดังนั้นทางบริษัทจึงจัดให้มีการบริการลูกค้าโดยตัวแทน เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทในการชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจที่ชัดเจน รวมถึงการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อกับบริษัทโดยผ่านตัวแทนซึ่งมีอยู่ทั่วไป บริษัทได้มีการจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งเป็นศูนย์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการติดต่อโดยตรงกับบริษัท โดยเปิดบริการทุกวันในเวลาทำการ 08.30 น. - 17.00 น. เว้นวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

บริษัทได้เน้นนโยบายด้านการส่งเสริมการขาย มาใช้กับบุคลากรของบริษัทเอง และกับลูกค้า เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้ทั้งบุคลากรและลูกค้าเห็นความสำคัญของการประกันชีวิตและเต็มใจที่จะทำประกันชีวิตหรือเต็มใจที่จะทำการให้บริการผู้รับประกันด้วยความเต็มใจ โดยมีการจัดแคมเปญต่าง ๆ ให้กับบุคลากรและลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าสนใจการทำประกันชีวิตมากขึ้น

4. การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public relation)

บริษัทได้ร่วมโครงการกับทั้งภาครัฐและเอกชนในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชนใน

สังคม รวมถึงการจัดทำรายงานการปฏิบัติงานประจำปีของบริษัท ให้กับลูกค้าได้ทราบ เพื่อเป็นการยืนยันสถานภาพที่มั่นคงของบริษัทให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และสนใจในเรื่องของประกันชีวิตมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังเป็นการช่วยให้ลูกค้าเข้าใจเรื่องประกันชีวิตมากขึ้นกว่าเดิม โดยบริษัทได้ทำการเผยแพร่ข่าวสารและผลงานของบริษัทสู่สายตาประชาชน ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

2. ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นการแสดงความรู้สึกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยประสบการณ์และพื้นความรู้เดิมเข้ามาช่วยในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นประสบอยู่ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและคำนิยามของความคิดเห็นไว้ดังนี้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 :13) กล่าวว่า ความคิดเห็นถือได้ว่าเป็นการแสดงออกด้านเจตคติอย่างหนึ่ง แต่การลงความคิดเห็นนั้น มักมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

สุชา จันทรเฒ และสุรางค์ จันทรเฒ (2540 : 104) กล่าวว่า เป็นการยากที่จะแยกความคิดเห็น และเจตคติออกจากกันได้โดยเด็ดขาด เพราะทั้งความคิดเห็นและเจตคติมีลักษณะคล้ายกันแต่ลักษณะของความคิดเห็นจะไม่ลึกซึ้งเหมือนเจตคติ

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster) ได้ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้อันแท้จริงแต่ตั้งอยู่ที่ใจ ความคิดและการลงความเห็นของแต่ละบุคคลที่เห็นว่า น่าจะเป็นจริงตามที่คิดไว้ (ปิยรัตน์ วงศ์ไทย.2542;อ้างอิงจาก Webster's New Twentieth Century.1968 : 1254)

(Good.1973 : 399) ให้ความหมายว่า ทศนคติ หมายถึง ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจจะเป็นการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ต่อสภาพการณ์บางอย่างต่อบุคคลหรือสิ่งของ เช่น ความพึงพอใจ

ลาวัณย์ จักรานุวัฒน์ (2540 : 9) จากการศึกษาความหมายของความคิดเห็นต่าง ๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้นสรุปได้ว่า ความคิดเห็นการแสดงความรู้สึกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึง ข้อเท็จจริงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูด การเขียน โดยอาศัยพื้นความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากมีหลักฐานข้อเท็จจริงปรากฏ

กล่าวโดยสรุป ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นนี้จะเกิดขึ้นจากความรู้และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลมีอยู่ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของแต่ละบุคคล

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

พิสมัย อัครกจิวิรี (2528) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางการดำเนินงาน ปัญหา กระทรวงพาณิชย์ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป จากการศึกษาพบว่าบริษัทที่รับประกันชีวิตแบบอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสินค้าที่จำหน่าย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเก็บเบี้ยประกัน การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การควบคุม และประเมินผลการทำงานตลอดจนผลตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ให้แก่พนักงานและตัวแทน ในด้านความสนใจของประชาชนที่มีต่อการประกันชีวิตอยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน กฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตยังไม่รัดกุม เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การประกันชีวิตยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ปัญหาที่บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยต้องประสบอยู่คือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้บริหารส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ในด้านการตลาดบริษัทประกันจะให้ความสำคัญกับการขายมากกว่าการตลาด ประกอบกับยังขาดด้านการวิจัยตลาดอย่างเพียงพอ ทำให้การดำเนินงานขาดทิศทาง ด้านบุคลากร คุณภาพของตัวแทนยังไม่มีมาตรฐาน เดียวกันการเข้าออกค่อนข้างสูง ประชาชนยังไม่เห็นประโยชน์ของการประกันชีวิต ด้านรัฐบาลและระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่าง ๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิตประกอบกับเจ้าหน้าที่ของรัฐยังขาดความรู้อย่างเพียงพอ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย บริษัทประกันชีวิตควรให้การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อมารองรับการขยายตัวของธุรกิจ การบริหารการตลาดควรเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการ โดยเฉพาะด้านการวิจัยตลาดและส่งเสริมการขายควรให้ความสนใจกับคุณภาพของตัวแทนอย่างจริงจัง ภาครัฐบาล บริษัทประกัน และตัวแทนประกันชีวิตควรมีการร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญ และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการ ประกันชีวิต ตลอดจนรัฐบาลควร เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และปรับปรุงแก้ไขระเบียบกฎเกณฑ์ต่างให้เหมาะสมในธุรกิจประกันชีวิต

พนิดา สุขจิระ และคณะ (2531) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะจิตของลูกจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความคิดเห็นในด้านการประกันชีวิต และอิทธิพลของปัจจัยสำคัญบางอย่างที่มีต่อการทำประกันชีวิต เช่น อัตราดอกเบี้ย การโฆษณาสื่อมวลชน และตัวแทนประกันชีวิต ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้บุคคลทำประกันชีวิต พบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักการทำประกันชีวิตยังไม่มากนัก และคิดว่าการทำประกันชีวิตก็คือเป็น การสร้างความมั่นคง และ หลักประกันชีวิตให้ครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการออมทรัพย์อย่างหนึ่ง นอกเหนือจากการฝากธนาคาร และยังพบว่า รายได้ อายุ ระดับการศึกษา และสภาพสมรสของลูกจ้างในสถานประกอบการ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการทำประกันชีวิต นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงธุรกิจประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิต ประเภทของการประกันชีวิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่จะเน้นที่ตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาก็เป็นด้านโฆษณาทางสื่อมวลชน แนวทางแก้ไข คือ บริษัทประกันชีวิตควรนำเอาหลักการตลาดมาใช้ในธุรกิจประกันชีวิต ตัวแทนหรือช่องทางในการจัดจำหน่าย ควรพิจารณาคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ในการควบคุม และประเมินผลการทำงานเพื่อการทำงานอย่างประสิทธิ

ภาพและลดการเข้าออก ควรมีการส่งเสริมและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนได้รู้จักบริษัทประกัน สินค้า โดยผ่านสื่อหรือตัวแทนก็ได้ สมาคมประกันชีวิตควรจะมีการเผยแพร่ข้อมูลและให้การศึกษาในเรื่องหลักการประกันชีวิต เรียกร้องให้บริษัทประกันร่วมมือกันสร้างภาพพจน์ของธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ (2531) ได้ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการประกันชีวิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต จากตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ เหตุจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต คือ ต้องการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัว สาเหตุที่ยกเลิกทำประกันชีวิตคือ ชำระเบี้ยประกันต่อไปไม่ไหว และคนที่เคยทำไปแล้วส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะซื้อกรมธรรม์เพิ่มอีก เพราะยังไม่เห็นความจำเป็น และสาเหตุที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่คิดที่จะทำประกันชีวิต เนื่องจากยังไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว แต่ถ้าหากคิดจะทำประกันชีวิตก็จะเลือกซื้อโดยตรงกับบริษัทมากกว่าซื้อกับตัวแทน เพราะไม่ไว้วางใจตัวแทน ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มเห็นว่าควรปรับปรุงการประกันชีวิต ทุก ๆ ด้าน (โดยให้ข้อเสนอแนะที่สำคัญในแต่ละด้าน คือ ให้ตัวแทนทำงานเต็มเวลา มีความจริงใจ อธิบายรายละเอียดไม่ปกปิดข้อเท็จจริง ตลอดจนบริหารสมำเสมอบริษัท ควรลดอัตราเบี้ยประกันชีวิตให้ถูกกว่าเดิม และควรมีแบบของการประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกให้เหมาะสมกับตนเอง)

มาลินี เชษฐโชติศักดิ์ (2534) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประกันชีวิตในประเทศไทย ทั้งด้านจำนวนกรมธรรม์มูลค่าเบี้ยประกันชีวิตรับสุทธิของประเทศไทยโดยอาศัยข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า จำนวนประชากร อัตราการตาย จำนวนตัวแทนประกันชีวิตและจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อปีก่อน หรือมูลค่าเบี้ยประกันเมื่อปีก่อน มีผลต่อการทำประกันชีวิต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่สูงมาก ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนกรมธรรม์มากที่สุด คือ จำนวนประชากร รองลงมาคือ อัตราการตาย ผลการศึกษาสัดส่วนเปรียบเทียบระหว่างปัจจัย ต่าง ๆ จำแนกตามรายภาค พบว่า สัดส่วนของจำนวนประชากรต่อจำนวนกรมธรรม์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนมากที่สุด กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนต่ำสุด สัดส่วนของจำนวนกรมธรรม์ต่อจำนวนตัวแทน ภาคกลางมีสัดส่วนมากที่สุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนต่ำสุด และสัดส่วนมูลค่าเบี้ยประกันต่อจำนวนตัวแทนของกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนมากที่สุด ภาคใต้มีสัดส่วนต่ำที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะว่า รัฐบาลควรวางนโยบายส่งเสริมการประกันชีวิต เช่น การประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไป ควรบรรจุการประกันชีวิตลงในหลักสูตรการศึกษา

วุฒิชติ สุนทรสมัย (2534) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต โดยมีจุดมุ่งหมายหลักที่จะศึกษาถึงองค์ประกอบของบุคลิกภาพที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต พฤติกรรมการสื่อสารที่ตัวแทนประกันชีวิตใช้ เพื่อโน้มน้าวให้ผู้มุ่งหวังมีความพึงพอใจในตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทำประกันชีวิตในที่สุด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน ของความน่าเชื่อถือพฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในตัวแทนประกันชีวิต ร่วมกันกับ

ปัจจัยทางประชากรของผู้ทำประกันชีวิต และปัจจัยทางประชากร ของตัวแทนประกันชีวิตผลการศึกษาสรุปได้ว่า สื่อบุคคลจัดเป็นสื่อหลักที่ช่วยให้ข้อมูลด้านการประกันชีวิต โดยตัวแทนประกันชีวิตจัดเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุด ปัญหาที่ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงมากที่สุด คือการอำนวยความสะดวกและให้บริการต่อ ผู้ทำประกันชีวิต สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิตควรคัดเลือกผู้ที่เข้ามาประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยได้พิจารณาจากบุคลิกภาพเป็นหลัก สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารของตัวแทน ควรใช้เทคนิคการฝึกอบรมที่เข้มข้น เน้นให้แสดงพฤติกรรม สื่อสารที่นำไปสู่ความสอดคล้องมากกว่าพฤติกรรมการสื่อสารที่นำไปสู่ความไม่สอดคล้อง ควรให้การให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

งานวิจัยต่างประเทศ

Bouman and Norman (ปิยรัตน์ วงศ์ไทย. 2542:30; อ้างอิงจาก สุทธิ ปันมา. 2535 : 24) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาลยังมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะในภาคเอกชน และไม่ควรมีลักษณะของงานแบบประจำ (Routine หรือ day-to-day) อีกต่อไป คุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กร หรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้ โดยจะต้องแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดีของการจ้างงานให้ดีขึ้น ด้วยวิธีการสร้างแรงจูงใจเริ่มแรก คือ จะต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงาน มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี สร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นในการทำงาน จะต้องมีการสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสวัสดิการ นันทนาการ หรือด้านอนามัย ประเด็นสำคัญ คือ จะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำด้วย ไม่เช่นนั้นแล้ว ความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงระบบบริการ และระบบการเมืองที่ไร้ประสิทธิภาพได้เช่นกัน

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต ควรมีปัจจัยหลายอย่างเป็นส่วนช่วยสนับสนุน ซึ่งได้แก่ สภาพแวดล้อมของสังคมในปัจจุบัน บุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ผลประโยชน์ตอบแทนที่ลูกค้าจะได้รับจากการทำประกันชีวิต รวมถึงวิธีการส่งเสริมการตลาดที่บริษัทนำมาใช้ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึง สนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยพิจารณาจาก เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงงานด้านการประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า หรือผู้คาดหวัง โดยได้ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าใน 4 ด้าน คือด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้ายที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีจำนวน 2,650 ราย (ข้อมูลลูกค้าย ; 2544 : สำนักงาน เอ.ไอ.เอ. จังหวัดเพชรบุรี)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ายที่ทำประกันชีวิตกับบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ ดาร์วิน เฮนเดล (สมบุรณ์ ชิตพงษ์. 2523 : ภาคผนวก) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากจำนวนประชากรทั้งหมด 2,650 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 335 ราย ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น เพื่อทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาสัดส่วนจากจำนวนประชากร และใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก ได้กลุ่มตัวอย่างดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามอาชีพ

อาชีพ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	97
รับจ้าง	838	106
เกษตรกรกรรม	249	31
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	798	101
รวม	2,650	335

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งจำแนกเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- รายได้
- ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง ความคิดเห็นของลูกค้าในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง ความคิดเห็นของลูกค้าในระดับเห็นด้วยมาก
3 คะแนน	หมายถึง ความคิดเห็นของลูกค้าในระดับเห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง ความคิดเห็นของลูกค้าในระดับเห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	หมายถึง ความคิดเห็นของลูกค้าในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ยของเบสท์ (Best.1981:182) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยมาก หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยน้อย หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก / เหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก / เหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-Ended Questionnaires)

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ร่างแบบสอบถามจากตำรา เอกสาร บทความ หลักการทางวิชาการ ตามความต้องการแต่ละด้านให้ครอบคลุมเนื้อหา
3. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาเพื่อขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อคำถามตรงกับจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขกับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน คือ
 1. รองศาสตราจารย์.ดร.สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 2. คุณปรัชญ์ สิงหนเสนีย์ ผู้ช่วยรองประธานฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนธุรกิจ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด
 3. คุณรักษ์ หลานสะอาด ผู้อำนวยการฝ่ายตัวแทนอาวุโสภาคตะวันตก บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ตรวจสอบความถูกต้อง ตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า รวมทั้งการใช้ภาษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น
5. นำแบบสอบถามไปปรับตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบ เพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับลูกค้า ที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน มีลูกค้าตอบแบบสอบถามสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งฉบับ จำนวน 30 คน

7. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของคอนบาค (Cronbach)(Cronbach. 1970 : 161) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9658

8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อขอความเห็นชอบและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ขอความร่วมมือผู้จัดการภาคอาวุโส บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด จังหวัดเพชรบุรี เพื่อขอแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
2. นำแบบสอบถาม ไปเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ในระหว่างวันที่ 15 - 30 กันยายน 2545
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วทั้งสิ้น 335 ฉบับ
4. นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 335 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เพื่อตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของคะแนนแต่ละข้อในแต่ละด้าน ซึ่งพิจารณาตามประเมินตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยมากที่สุด	หมายถึง	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยมาก	หมายถึง	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยปานกลาง	หมายถึง	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยน้อย	หมายถึง	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก/เหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 เป็นระดับที่ลูกค้าเห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ / สะดวก / เหมาะสมน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละของแบบสอบถามตอนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 คะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของแบบสอบถามตอนที่ 2 ได้แก่ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต ใน 4 ด้าน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (Standard deviation) ของแบบสอบถามตอนที่ 2 ได้แก่ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตใน 4 ด้าน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

2.1 สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของคอนนาค โดยใช้สูตร (สำอานง งามวิชา.2541 : 72 : อ้างอิงจาก Cronbach. 1970 : 161)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum Si^2$	แทน คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	St^2	แทน คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติค่า t (t-test) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 173)

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left\{ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right\}}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Distribution
	$\overline{X}_1$	แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	n_1	แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	df	แทน ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 113)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
 MS_b แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

3.3 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการ เชฟเฟ้ (Scheffe's Method) (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:248)

$$CV_d = \sqrt{(k-1)(F^*)(MS_{within})(2/n)}$$

เมื่อ K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 F^* แทน ค่า F ที่เปิดจากตาราง (Critical Value)
 MS_{within} แทน Mean square within group ที่คำนวณไว้แล้วในการวิเคราะห์
n แทน จำนวนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาค้นคว้า เรื่องความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ผลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

การกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้ในการแปลความหมายของคะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 ถึง 5.00	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ/สะดวก/เหมาะสมมากที่สุด
3.51 ถึง 4.50	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ/สะดวก/เหมาะสมมาก
2.51 ถึง 3.50	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ/สะดวก/เหมาะสมปานกลาง
1.51 ถึง 2.50	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ/สะดวก/เหมาะสมน้อย
1.00 ถึง 1.50	ความคิดเห็นที่ลูกค้าได้รับความมั่นใจ/สะดวก/เหมาะสมน้อยที่สุด

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อและรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด
2. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ
3. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ
4. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ
5. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้
6. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งรายด้านและรวมทุกด้านโดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 4 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จากข้อคำถามปลายเปิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	177	52.8
1.2 หญิง	158	47.2
รวม	335	100
2. อายุ		
2.1 21 – 30 ปี	89	26.6
2.2 31 – 45 ปี	146	43.6
2.3 46 ปีขึ้นไป	100	29.9
รวม	335	100
3. อาชีพ		
3.1 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	97	29.0
3.2 รับจ้าง	106	31.6
3.3 เกษตรกร	31	9.3
3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	101	30.1
รวม	335	100
4. รายได้		
4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	40	11.9
4.2 10,001 – 20,000 บาท	95	28.4
4.3 20,001 – 30,000 บาท	124	37.0
4.4 ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	76	22.7
	335	100
5. ระดับการศึกษา		
5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	31.0
5.2 ปริญญาตรี	193	57.7
5.3 สูงกว่าปริญญาตรี	38	11.3
รวม	335	100

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 335 คน เป็นลูกค้าเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 45 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ดังแสดงไว้ในตาราง 3 – 12

1. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายข้อและรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงไว้ในตาราง 3 – 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต	$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
ด้านความมั่นคง	3.8524	0.5763	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.6917	0.5577	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.8023	0.5547	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.4688	0.6604	ปานกลาง
รวม	3.7753	0.4965	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย และด้านผลประโยชน์ตอบแทน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง
โดยรวมและรายข้อ

ความคิดเห็นด้านความมั่นคง		$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
1.	ความมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต	4.0716	0.6927	มาก
2.	บริษัทเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วโลก	3.7701	0.8393	มาก
3.	บริษัทเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปในด้านความมั่นคง	3.8358	0.7776	มาก
4.	บริษัทมีทุนจดทะเบียนสูงทำให้ลูกค้ำเกิดความไว้วางใจ	3.8985	0.7864	มาก
5.	บริษัทมีนโยบายการลงทุนที่น่าเชื่อถือ จึงทำให้ลูกค้ำกล้าที่จะนำเงินมาลงทุนด้วย	3.7970	0.8229	มาก
6.	เป็นบริษัทที่มีลูกค้ำเป็นจำนวนมากกระจายอยู่เกือบทุกประเทศทั่วโลก	3.7164	0.8756	มาก
7.	บริษัทมีเครือข่ายกระจายอยู่เกือบทุกประเทศทั่วโลก	3.7463	0.9437	มาก
8.	เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจประกันชีวิตมานานในประเทศไทย	4.1104	0.7319	มาก
9.	บริษัทมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ด้านการประกอบธุรกิจประกันชีวิต	4.0597	0.7982	มาก
10.	เป็นบริษัทที่มีความความมั่นคงด้านการเงินสูง	4.0388	0.7432	มาก
11.	มีนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับที่กรมประกันภัยกำหนด	3.7075	0.8605	มาก
12.	นโยบายการลงทุนของบริษัทช่วยส่งเสริมให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น	3.6567	0.8362	มาก
13.	บริษัทมีนโยบายการวางแผนด้านการลงทุนที่สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ำ	3.6716	0.9187	มาก
รวม		3.8524	0.5763	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่าลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านความมั่นคง โดยรวมและรายข้อว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแนสชัวรัลส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการให้บริการหลัง
การขาย โดยรวมและรายข้อ

ความคิดเห็นด้านการให้บริการหลังการขาย		$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
1.	บริษัทมีสำนักงานตัวแทนอย่างทั่วถึงเกือบทุก จังหวัดเพื่อสะดวกในการติดต่อ	3.9224	0.7381	มาก
2.	ท่านสามารถติดต่อกับสำนักงานตัวแทนได้ สะดวกและรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา	3.8776	0.8189	มาก
3.	บริษัทมีการจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า	3.7851	0.8126	มาก
4.	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานตัวแทน มีการต้อนรับ และให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดีทุกครั้ง	3.9851	0.7521	มาก
5.	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานตัวแทนสามารถทำ หน้าที่แทนบริษัท ในด้านการบริการลูกค้าได้ดี	3.9075	0.7779	มาก
6.	ท่านสามารถทำเรื่องเบิกค่ารักษาพยาบาลผ่าน ที่สำนักงานตัวแทนโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไป สำนักงานใหญ่	4.0925	0.7663	มาก
7.	ท่านได้รับบริการที่ดีในเรื่องการเบิกค่ารักษา พยาบาลในทุกกรณีที่ตกลงไว้ในสัญญาการ ประกันชีวิต	3.9403	0.7982	มาก
8.	บริษัทมีการส่งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์	3.4567	0.9207	ปานกลาง
9.	บริษัทมีการพัฒนาบริการที่หลากหลายเพื่อ สนองตอบความต้องการของลูกค้า	3.4746	0.8849	ปานกลาง
10.	บริษัทมีสถานที่สำหรับรับชำระค่าเบี้ยประกัน หลายแห่ง ซึ่งทำให้สะดวกต่อการชำระค่าเบี้ย ประกัน เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคาร พาณิชย์ ที่ทำการไปรษณีย์ สำนักงานตัวแทน ชำระผ่าน เอ.ที.เอ็ม ฯลฯ	4.0746	0.8283	มาก
11.	บริษัทมีเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนท่านในโอกาส ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.4269	1.0381	ปานกลาง
12.	ตัวแทนประกันชีวิตไปเก็บเบี้ยประกันตรงเวลา เพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	3.4537	1.1254	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านการให้บริการหลังการขาย		$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
13.	ตัวแทนประกันชีวิตอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในทุกด้านเป็นอย่างดี	3.3910	1.0436	ปานกลาง
14.	ตัวแทนประกันชีวิตมีการติดตามและให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ	3.3821	1.0398	ปานกลาง
15.	ท่านได้รับการช่วยเหลือหรือของขวัญในโอกาสพิเศษจากบริษัทอย่างสม่ำเสมอ	3.2060	1.1618	ปานกลาง
รวม		3.6917	0.5577	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านการให้บริการหลังการขายว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ บริษัทมีการส่งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องและทันเหตุการณ์ บริษัทมีการพัฒนาที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทมีเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนท่านในโอกาสต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ตัวแทนประกันชีวิตไปเก็บเบี้ยประกันตรงเวลาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า ตัวแทนประกันชีวิตอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในทุกด้านเป็นอย่างดี ตัวแทนประกันชีวิตมีการติดตามและให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ และท่านได้รับการช่วยเหลือหรือของขวัญในโอกาสพิเศษจากบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านผลประโยชน์ตอบแทน โดยรวมและรายข้อ

ความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ตอบแทน		$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
1.	ท่านได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการลงทุนกับบริษัทในรูปของเงินคืนหรือเงินปันผลมากกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	3.6955	0.8170	มาก
2.	ผลประโยชน์ตอบแทนจากการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาล เป็นไปตามเงื่อนไขของกรมธรรม์	3.8060	0.7974	มาก
3.	การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลหรือค่าชดเชยจากการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์	3.7194	0.8109	มาก
4.	ท่านได้รับความสะดวกสบายจากการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลและค่าชดเชยซึ่งทางบริษัทจะทำหน้าที่ประสานงานกับทางสถานพยาบาลให้	3.7522	0.7862	มาก
5.	ท่านได้รับความสะดวกสบายจากการเข้ารับการรักษาพยาบาลโดยไม่ต้องจ่ายเงินสำรองไปก่อน	3.7881	0.7299	มาก
6.	ท่านสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลกับสถานพยาบาลในเครือข่ายได้ทั่วประเทศ	3.8866	0.7376	มาก
7.	ท่านได้รับเงินปันผลตามสิทธิและเงื่อนไขที่แท้จริงที่บริษัทกำหนดอย่างรวดเร็วและตรงเวลา	3.8866	0.8365	มาก
8.	ท่านสามารถกู้เงินจากกรมธรรม์ประกันชีวิตในยามที่ท่านขาดส่นหรือเดือดร้อนในเรื่องเงิน	3.8597	0.8449	มาก
9.	เมื่อลูกค้าเสียชีวิตบริษัทมีการจ่ายสินไหมมรณกรรมอย่างถูกต้องรวดเร็วและยุติธรรม	3.8269	0.8788	มาก
รวม		3.8023	0.5547	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านผลประโยชน์ตอบแทนโดยรวม และรายข้อว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต
บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริม
การตลาด โดยรวมและรายข้อ

ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด		$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
1.	บริษัทมีการใช้สื่อโฆษณาอย่างแพร่หลายทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการลงทุน	3.5821	0.9016	มาก
2.	บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทผ่านสื่อต่าง ๆ สู่ลูกค้าอย่างทั่วถึงและชัดเจน	3.4537	0.9270	ปานกลาง
3.	บริษัทมีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในด้านความคุ้มครองชีวิตและการรักษาพยาบาลให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.6030	0.8551	มาก
4.	บริษัทมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจลูกค้าและหลากหลาย	3.4269	0.8923	ปานกลาง
5.	ตัวแทนของบริษัท มีการเข้าพบลูกค้าเพื่ออธิบายและชี้แจงรายละเอียดของการทำประกันชีวิตและผลตอบแทนที่ได้รับ อย่างชัดเจน	3.5552	0.9036	มาก
6.	บริษัทมีการมอบของสมนาคุณให้กับท่านหากท่านตอบรับข้อเสนอพิเศษของบริษัท	3.4687	0.9749	ปานกลาง
7.	ท่านได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัทอย่างต่อเนื่อง	3.2836	0.9319	ปานกลาง
8.	ท่านได้รับเอกสารต่าง ๆ ของบริษัทรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	3.1851	0.9642	ปานกลาง
9.	ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษจากเอกสารที่บริษัทจัดส่งให้พร้อมใบแจ้งการชำระเงิน	3.5194	0.8610	มาก
10.	บริษัทมีการจัดทำรายงานการปฏิบัติงานประจำปีให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการยืนยันสถานภาพที่มั่นคงเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสนใจประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น	3.4000	0.9388	ปานกลาง
11.	การมอบสิทธิประโยชน์เพิ่มให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตเพิ่ม	3.6567	0.8362	มาก
รวม		3.4668	0.6604	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีการใช้สื่อโฆษณาอย่างแพร่หลายทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการลงทุน บริษัทมีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในด้านความคุ้มครองชีวิตและการรักษาพยาบาลให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ตัวแทนของบริษัทมีการเข้าพบลูกค้าเพื่ออธิบายและชี้แจงรายละเอียดของการทำประกันชีวิตและผลตอบแทนที่ได้รับอย่างชัดเจน ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษจากเอกสารที่บริษัทจัดส่งให้พร้อมใบแจ้งการชำระเงิน และการมอบสิทธิประโยชน์เพิ่มให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตเพิ่ม ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	เพศ								
	ชาย (N=177)			หญิง (N=158)			รวม (N=335)		
	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ
ด้านความมั่นคง	3.9166	0.5855	มาก	3.7804	0.5588	มาก	3.8524	0.5763	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.7145	0.5692	มาก	3.6662	0.5453	มาก	3.6917	0.5577	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.8387	0.5042	มาก	3.7616	0.6054	มาก	3.8023	0.5547	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.4890	0.6659	ปานกลาง	3.4419	0.6554	ปานกลาง	3.4668	0.6604	ปานกลาง
รวม	3.8141	0.5006	มาก	3.7319	0.4899	มาก	3.7753	0.4965	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

3. หากค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันแนชแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันแนชแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	อายุ											
	21 – 30 ปี (N=89)			31 – 45 ปี (N=146)			46 ปีขึ้นไป (N=100)			รวม (N=335)		
	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ
ด้านความมั่นคง	3.8773	0.5049	มาก	3.8725	0.6031	มาก	3.8008	0.5977	มาก	3.8524	0.5763	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.6989	0.4864	มาก	3.6580	0.5836	มาก	3.7347	0.5803	มาก	3.6917	0.5577	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.7890	0.4651	มาก	3.7702	0.5914	มาก	3.8611	0.5732	มาก	3.8023	0.5547	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.4699	0.6043	ปานกลาง	3.4352	0.6694	ปานกลาง	3.5100	0.6979	มาก	3.4668	0.6604	ปานกลาง
รวม	3.7809	0.4318	มาก	3.7568	0.5254	มาก	3.7974	0.5105	มาก	3.7753	0.4965	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีอายุ 21 – 30 ปี และอายุ 31 – 45 ปี มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรีที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

4. หากค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	อาชีพ											
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (N=97)			รับจ้าง (N=106)			เกษตรกร (N=31)			ธุรกิจส่วนตัว (N=101)		
	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ
ด้านความมั่นคง	3.6947	0.5120	มาก	4.1480	0.6009	มาก	3.5459	0.5647	มาก	3.7875	0.4822	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.5766	0.4619	มาก	3.8069	0.6392	มาก	3.5462	0.4787	มาก	3.7261	0.5493	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.7560	0.4821	มาก	3.8941	0.6579	มาก	3.6774	0.5167	มาก	3.7888	0.5042	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.3336	0.6024	ปานกลาง	3.7298	0.6821	มาก	3.1173	0.7220	ปานกลาง	3.4257	0.5772	ปานกลาง
รวม	3.6592	0.4298	มาก	3.9744	0.5457	มาก	3.5338	0.4731	มาก	3.7521	0.4387	มาก

จากตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพเกษตรกรรม และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมน่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

5. หากค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	รายได้											
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (N=40)			10,001 – 20,000 บาท (N=95)			20,001 – 30,000 บาท (N=124)			ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป (N=76)		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านความมั่นคง	4.0135	0.6006	มาก	3.7879	0.5297	มาก	3.8164	0.5780	มาก	3.9069	0.6061	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.8317	0.6478	มาก	3.6800	0.5654	มาก	3.6710	0.4985	มาก	3.6667	0.5890	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.9472	0.6070	มาก	3.7193	0.5039	มาก	3.7715	0.5473	มาก	3.8801	0.5845	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.6500	0.7163	มาก	3.4211	0.5961	ปานกลาง	3.4201	0.6511	ปานกลาง	3.5036	0.7136	ปานกลาง
รวม	3.9351	0.5861	มาก	3.7221	0.4587	มาก	3.7422	0.4730	มาก	3.8119	0.5179	มาก

จากตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

6. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้าน ตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานรายด้านตามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นที่มีต่อการทำประกันชีวิต	ระดับการศึกษา											
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (N=104)			ปริญญาตรี(N=193)			สูงกว่าปริญญาตรี (N=38)			รวม (N=335)		
	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ	$\bar{x}$	S	ระดับ
ด้านความมั่นคง	3.8868	0.6460	มาก	3.8159	0.5300	มาก	3.9433	0.5998	มาก	3.8524	0.5763	มาก
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.7314	0.6608	มาก	3.6953	0.5119	มาก	3.5649	0.4600	มาก	3.6917	0.5577	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.8900	0.6252	มาก	3.7605	0.5154	มาก	3.7749	0.5291	มาก	3.8023	0.5547	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.5507	0.7620	มาก	3.4574	0.6052	ปานกลาง	3.2847	0.6046	ปานกลาง	3.4668	0.6604	ปานกลาง
รวม	3.8365	0.5893	มาก	3.7537	0.4490	มาก	3.7129	0.4430	มาก	3.7753	0.4965	มาก

จากตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวม ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าส่วนใหญมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ดังแสดงไว้ในตาราง 13 –21

3.1 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ใน 4 ด้าน จำแนกตามเพศ ดังแสดงไว้ในตาราง 13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด จำแนกตามเพศโดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ การทำประกันชีวิต	เพศ				t
	ชาย (N=177)		หญิง (N=158)		
	$\bar{x}$	S	$\bar{x}$	S	
ด้านความมั่นคง	3.9166	0.5855	3.7804	0.5588	2.176*
ด้านการให้บริการหลังการขาย	3.7145	0.5692	3.6662	0.5453	0.792
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	3.8387	0.5642	3.7616	0.6054	1.270
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.4890	0.6659	3.4419	0.6554	0.651
รวม	3.8141	0.5006	3.7319	0.4899	1.517

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าเพศชาย มีความมั่นใจในความมั่นคงมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ใน 4 ด้าน จำแนกตามอายุ ดังแสดงไว้ในตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด จำแนกตามอายุโดยรวมและรายด้าน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	2	.381	.190	.572
	ภายในกลุ่ม	332	110.536	.333	
	รวม	334	110.917		
ด้านการให้บริการหลังการขาย	ระหว่างกลุ่ม	2	.355	.178	.569
	ภายในกลุ่ม	332	103.541	.312	
	รวม	334	103.896		
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	2	.512	.256	.832
	ภายในกลุ่ม	332	102.274	.308	
	รวม	334	102.786		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	.333	.166	.380
	ภายในกลุ่ม	332	145.328	.438	
	รวม	334	145.661		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.102	.051	.205
	ภายในกลุ่ม	332	82.242	.248	
	รวม	334	82.343		

จากตาราง 14 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสม โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ใน 4 ด้าน จำแนกตามอาชีพ ดังแสดงไว้ในตาราง 15 -19

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด จำแนกอาชีพโดยรวมและรายด้าน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	3	15.015	5.005	17.274**
	ภายในกลุ่ม	331	95.901	.290	
	รวม	334	110.916		
ด้านการให้บริการหลังการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	3.467	1.156	3.809**
	ภายในกลุ่ม	331	100.429	.303	
	รวม	334	103.896		
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.604	.535	1.749
	ภายในกลุ่ม	331	101.182	.306	
	รวม	334	102.786		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	13.011	4.337	10.822**
	ภายในกลุ่ม	331	132.650	.401	
	รวม	334	145.661		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	7.371	2.457	10.847**
	ภายในกลุ่ม	331	74.973	.227	
	รวม	334	82.343		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 15 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นด้านความมั่นคง ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการให้บริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ส่วนด้านผลประโยชน์ตอบแทน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ดังแสดงไว้ในตาราง 16

ตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนตชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านความมั่นคง เป็นรายคู่ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร
		4.1480	3.7875	3.6907	3.5459
รับจ้าง	4.1480	-	.3605**	.1534**	.6021**
ธุรกิจส่วนตัว	3.7875		-	.0928	.2416
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.5459			-	.1488
ธุรกิจส่วนตัว	3.7875				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 พบว่า ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจและ
อาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความมั่นใจในด้านความมั่นคงมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบ
อาชีพรับจ้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านการให้บริการหลังการขาย เป็นรายคู่ โดยจำแนกตาม
อาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร
		3.8069	3.7261	3.5766	3.5462
รับจ้าง	3.8069	-	.0809	.2303*	.2607
ธุรกิจส่วนตัว	3.7261		-	.1494	.1798
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.5766			-	.0304
เกษตรกร	3.5462			-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้าประกอบอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อการทำ
ประกันชีวิตว่าได้รับความสะดวกในการให้บริการหลังการขายมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร
		3.7298	3.4257	3.3336	3.1173
รับจ้าง	3.7298	-	.3041**	.3962**	.6125**
ธุรกิจส่วนตัว	3.4257		-	.0921	.3084
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.3336			-	.2163
เกษตรกร	3.1173				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ
อาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูก
ค้ำที่ประกอบอาชีพรับจ้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท
อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด โดยรวม เป็นรายคู่ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร
		3.9744	3.7521	3.6592	3.5338
รับจ้าง	3.9744	-	.2223**	.3151**	.4406**
ธุรกิจส่วนตัว	3.7521		-	.0929	.2183
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.6592			-	.1255
เกษตรกร	3.5388				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมโดยรวมมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ใน 4 ด้าน จำแนกตามรายได้ ดังแสดงไว้ในตาราง 20

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด จำแนกตามรายได้โดยรวมและรายด้าน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	3	1.820	.607	1.841
	ภายในกลุ่ม	331	109.096	.330	
	รวม	334	110.916		
ด้านการให้บริการหลังการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	.898	.299	.961
	ภายในกลุ่ม	331	102.998	.311	
	รวม	334	103.896		
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.072	.691	2.270
	ภายในกลุ่ม	331	100.713	.304	
	รวม	334	102.786		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.1915	.638	1.470
	ภายในกลุ่ม	331	143.746	.434	
	รวม	334	145.661		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.529	.510	2.087
	ภายในกลุ่ม	331	80.815	.244	
	รวม	334	82.343		

จากตาราง 20 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสicurันส์ จำกัด ใน 4 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา ดังแสดงไว้ในตาราง 21

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสicurันส์ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมและรายด้าน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	2	.695	.348	1.047
	ภายในกลุ่ม	332	110.221	.332	
	รวม	334	110.916		
ด้านการให้บริการหลังการขาย	ระหว่างกลุ่ม	2	.777	.389	1.251
	ภายในกลุ่ม	332	103.119	.311	
	รวม	334	103.896		
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.165	.582	1.903
	ภายในกลุ่ม	332	101.621	.306	
	รวม	334	102.786		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.009	1.005	2.322
	ภายในกลุ่ม	332	143.651	.433	
	รวม	334	145.661		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.604	.302	1.228
	ภายในกลุ่ม	332	81.739	.246	
	รวม	334	82.343		

จากตาราง 21 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยนำเสนอเป็นความถี่ จากข้อคำถามปลายเปิดที่ได้รับทั้งหมด ดังแสดงในตาราง 22

ตาราง 22 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี รายด้าน

ข้อที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านความมั่นคง		
1.	บริษัทมีความมั่นคงสูง	34
2.	ตัวแทนไม่มีความมั่นคง	3
3.	มีชื่อเสียงมาก	6
4.	เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าทั่วไป	4
5.	เป็นบริษัทต่างชาติ ไม่ค่อยแน่ใจด้านความมั่นคง	1
	รวม	48
ด้านการให้บริการหลังการขาย		
1.	ตัวแทนไม่ค่อยสนใจมากเท่าที่ควร	4
2.	การบริการดี	32
3.	ควรมีการอบรมตัวแทนให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่	1
4.	การบริการเป็นที่น่าพึงพอใจ	30
5.	ควรให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกระดับ	2
6.	การให้บริการขึ้นอยู่กับตัวแทนแต่ละคนว่าบริการเป็นอย่างไร	7
	รวม	76
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน		
1.	ผลประโยชน์ตอบแทนดีมาก	40
2.	ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน	5
3.	มีการตั้งเงื่อนไขมากเกินไป	3
4.	ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนอย่างอื่น	7
5.	ผลตอบแทนได้ตามสัญญาที่ตกลงไว้แน่นอน	19
	รวม	74

ตาราง 22 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1.	ควรมีการแจ้งข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรง	3
2.	ไม่ค่อยเข้าใจการโฆษณา	4
3.	การส่งเสริมการตลาดดีมาก	33
4.	มีป้ายโฆษณาตามที่แตกต่างกัน ทำให้คนรู้จักมากขึ้น	10
5.	มีการแจ้งข่าวสารน้อยมาก	9
6.	ภาษาที่ใช้ในการโฆษณาสูงไป	1
7.	มีการโปรโมชันที่ดีและการนำเสนอที่ดี	8
	รวม	68

จากตาราง 22 แสดงว่า ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1. ด้านความมั่นคง ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ บริษัทมีความมั่นคงสูง มีชื่อเสียงมารองมาคือ เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าทั่วไป ลูกค้าบางคนเจอกับตัวแทนที่ไม่มีความมั่นคง และมองว่าเป็นบริษัทต่างชาติกลัวว่าจะไม่มีความมั่นคงเท่าบริษัทที่มีอยู่ในเมืองไทย

2. ด้านการให้บริการหลังการขาย ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การบริการดี เป็นที่น่าพึงพอใจ และมีการติดตามดูแลต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รองมาคือ การให้บริการขึ้นอยู่กับตัวแทนแต่ละคนว่าบริการเป็นอย่างไร ควรให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกระดับ และควรมีการอบรมตัวแทนให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

3. ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ตอบแทนดี รองมาคือ ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนอย่างอื่น คำนึงค่ากับการลงทุนและไม่ควรมีการตั้งเงื่อนไขมากเกินไป

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาดดีมาก มีป้ายโฆษณาตามที่แตกต่างกัน ทำให้คนรู้จักมากขึ้น รองมาคือ มีการโปรโมชันที่ดีและการนำเสนอที่ดี เป็นที่ดึงดูดใจของคนทั่วไปที่พบเห็น แต่มีการแจ้งข่าวสารน้อยเกินไป ควรมีการแจ้งข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรงและสม่ำเสมอ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนของการศึกษาค้นคว้าและผลโดยสรุป ดังนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี รวม 4 ด้าน คือ ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษา
3. เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
2. ผลการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานด้านการประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีจำนวน 2,650 ราย (ข้อมูลลูกค้า.2544 : สำนักงาน เอ.ไอ.เอ จังหวัดเพชรบุรี)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ ดาร์วิล เฮนเดล (สมบุรณ์ ชิตพงษ์.2523:ภาคผนวก) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จากจำนวนประชากรทั้งหมด 2,650 คน ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นเพื่อทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาสัดส่วนจากจำนวนประชากร และใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก ได้กลุ่มตัวอย่าง 335 ราย

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้ายที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด รวบรวมด้านและรายด้าน
3. ลูกค้ายที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
3. ลูกค้ายที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
4. ลูกค้ายที่มี รายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน
5. ลูกค้ายที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ แตกต่างกันรวมด้านและรายด้าน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ายที่ทำประกันชีวิตกับบริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 335 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ ได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS for Window version 10

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก เกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า เกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด 4 ด้าน รวม 48 ข้อ ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/ PC (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Version 10) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายด้าน รายข้อ และโดยรวม
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test ระหว่างกลุ่มกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน One-way Analysis of Variance ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบ พหุคูณ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test)
4. สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด จากแบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์ค่าในรูปความถี่

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 335 คน เป็นลูกค้าเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-45 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาด้านความมั่นคง พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านความมั่นคง โดยรวมและรายข้อ ว่างมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาด้านการให้บริการหลังการขาย พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านการให้บริการหลังการขายว่างมีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ บริษัทมีการส่งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องและทันเหตุการณ์ บริษัทมีการพัฒนาที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทมีเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนท่านในโอกาสต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ตัวแทนประกันชีวิตไปเก็บเบี้ยประกันตรงเวลาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า ตัวแทนประกันชีวิตอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในทุกด้านเป็นอย่างดี ตัวแทนประกันชีวิตมีการติดตามและให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ และท่านได้รับการช่วยเหลือหรือของขวัญในโอกาสพิเศษจากบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาด้านผลประโยชน์ตอบแทน พบว่า ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านผลประโยชน์ตอบแทนโดยรวมและรายช้อยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีการใช้สื่อโฆษณาอย่างแพร่หลายทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการลงทุน บริษัทมีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในด้านความคุ้มครองชีวิตและการรักษาพยาบาลให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ตัวแทนของบริษัทมีการเข้าพบลูกค้าเพื่ออธิบายและชี้แจงรายละเอียดของการทำประกันชีวิตและผลตอบแทนที่ได้รับอย่างชัดเจน ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษจากเอกสารที่บริษัทจัดส่งให้พร้อมใบแจ้งการชำระเงิน และการมอบสิทธิประโยชน์เพิ่มให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตเพิ่ม ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสicurันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ปรากฏผลดังนี้

3.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าเพศชายมีความมั่นใจในความมั่นคงมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นด้านความมั่นคง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการหลังการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลประโยชน์ตอบแทนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมแตกต่างกับลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยมากกว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษตรกร

เมื่อพิจารณาด้านความมั่นคง พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตแตกต่างกับลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีความมั่นใจในความมั่นคงมากกว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษตรกร

เมื่อพิจารณาด้านการให้บริการหลังการขาย พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่าได้รับความสะดวกในการให้บริการหลังการขายมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับ

มีความคิดเห็นว่าการให้บริการหลังการขายมีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตแตกต่างกับลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร

3.4 ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. สรุปความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จากคำถามปลายเปิด ได้ผลดังนี้

1.1 ด้านความมั่นคง ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ บริษัทมีความมั่นคงสูง มีชื่อเสียงมาก รองมาคือ เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าทั่วไป ลูกค้าบางคนเจอกับตัวแทนไม่มีความมั่นคงและมองว่าเป็นบริษัทต่างชาติ กลัวว่าจะไม่มั่นคงเท่ากับบริษัทที่มีอยู่ในเมืองไทย

1.2 ด้านการให้บริการหลังการขาย ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การบริการดี เป็นที่น่าพึงพอใจ รองมาคือ การให้บริการขึ้นอยู่กับตัวแทนแต่ละคนว่าบริการเป็นอย่างไร ควรให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกระดับ และควรมีการอบรมตัวแทนให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

1.3 ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ตอบแทนดี รองมาคือ ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนอย่างอื่น คุ่มค่ากับการลงทุนและไม่ควรมีการตั้งเงื่อนไขมากเกินไป

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาดดีมาก มีป้ายโฆษณาตามที่ต่าง ๆ ทำให้คนรู้จักมากขึ้น รองมาคือ มีการโปรโมชันที่ดีและการนำเสนอที่ดี เป็นที่ดึงดูดใจของคนทั่วไปที่พบเห็น แต่มีการแจ้งข่าวสารน้อยเกินไป ควรมีการแจ้งข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรงและสม่ำเสมอ

อภิปรายผล

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด โดยรวมเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้ามีความเข้าใจในเรื่องการประกันชีวิตอย่างแท้จริง เล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิตมากขึ้น ทำให้ลูกค้าเข้าใจในหลักการผลประโยชน์จากการทำประกันชีวิตมากขึ้น ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความมั่นใจ และมั่นคงให้กับลูกค้าและคนในครอบครัว

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนาจประเสริฐ (2531) ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทน เนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ มูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจทำ คือต้องการสร้างความมั่นคงปลอดภัยสำหรับตนเองและครอบครัว หากคิดจะทำประกันต้องเลือกซื้อกับตัวแทนที่มีความจริงใจ ไม่ปกปิดข้อเท็จจริง และที่สำคัญต้องเลือกแบบประกันให้เหมาะสมกับความสามารถและความต้องการของตนเอง

1.1 ด้านความมั่นคง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตในระดับมากทั้งนี้เนื่องจาก บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีผลประโยชน์การที่ดียอดเยี่ยม และดำรงความเป็นผู้นำของธุรกิจด้านประกันชีวิตมานาน อีกทั้งมีนโยบายการลงทุนที่เคร่งครัดที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในด้านความมั่นคงสูงซึ่งสอดคล้องกับนโยบายในการดำเนินงานของบริษัท ที่ได้ยึดหลักในการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นคง ได้แก่ การลงทุนที่เคร่งครัด โดยมีการวิเคราะห์ และบริหารความเสี่ยงอย่างรัดกุม เพื่อให้คุณภาพของสินทรัพย์ที่ลงทุนมีความเสี่ยงต่ำ และมีการกระจายความเสี่ยงและนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับกฎเกณฑ์การลงทุนที่กรมการประกันภัยกำหนด มีการวางแผนการลงทุนอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงสภาพคล่องของสถานะเศรษฐกิจโดยรวม เพื่อสร้างความมั่นคงมั่นใจ ให้เกิดกับลูกค้าทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา สุขจิระและคณะ (2531) ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประกันชีวิต พบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักการทำประกันชีวิตยังไม่มากนัก และคิดว่าการทำประกันชีวิตเป็นการสร้างความมั่นคง และเป็นหลักประกันให้กับคนในครอบครัว

1.2 ด้านการให้บริการหลังการขาย ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิต ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด เป็นบริษัทประกันชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตัวแทนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งหมายถึง กิจกรรมตามมาหลังการขายเสร็จสิ้นแล้ว ซึ่งเป็นหน้าที่ของตัวแทนโดยตรงในการให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับปณิธานในการดำเนินงานของบริษัทที่ว่า จะมุ่งมั่นที่จะมอบบริการที่เป็นเลิศโดยบุคลากรมืออาชีพจะเห็นได้ว่า ปณิธานดังกล่าวที่กำหนดไว้นั้น ปรากฏผลที่เห็นเด่นชัด เช่น มีการส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการส่งบัตรอวยพรวันเกิด มีการเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการให้บริการและสร้างทัศนคติที่ดีให้กับลูกค้าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสมัย อัสวากิจวิรี (2538) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย พบว่า คุณภาพของตัวแทนขึ้นอยู่กับบริการ หากตัวแทนขาดคุณภาพและไม่อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน ประชาชนก็จะไม่เห็นประโยชน์ของการทำประกันชีวิต

1.3 ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การประกันชีวิตเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงและความมั่นใจในชีวิต หากมีเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้น ผลประโยชน์ตามกรมธรรม์จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทั้งหมดได้ ซึ่งบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ก็เป็นบริษัทหนึ่งที่ยังคงยึดมั่นปณิธานที่ว่า ลูกค้า คือสมาชิกคนสำคัญ และคำนึงถึงผลประโยชน์ตอบแทนที่จะมอบให้กับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อเป็นการตอบแทนความไว้วางใจที่ลูกค้าได้มอบหมายความไว้วางใจให้กับบริษัทซึ่งลูกค้าได้รับประโยชน์ต่าง ๆ มากมาย เช่น ได้รับเงินตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับความคุ้มครองสุขภาพอย่างเต็มประสิทธิภาพและทุกเวลา ได้รับเงินค่าตอบแทนจากการเข้ารับการรักษาพยาบาล อีกทั้งยังสามารถนำเงินค่าเบี้ยประกันมาหักค่าลดหย่อนภาษีได้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด

ต่อผลประโยชน์ที่ได้รับ ดังที่ สุธรรม พงศ์สำราญ (2528:9-11) กล่าวไว้ว่า การประกันชีวิตให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์ ช่วยทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วย มีรายได้สำหรับการเลี้ยงตนเองในกรณีที่ทุพพลภาพ หรือเรียกได้ว่า เป็นการเก็บออมกองทุนยามฉุกเฉินที่ดีที่สุด ซึ่งผลตอบแทนเหล่านี้จะทำให้ลูก้าสามารถมีเบี้ยเลี้ยงชีพไปจนตลอดชีวิต ไม่ว่าจะชีวิตอยู่ยาวนานสักเพียงใดก็ตาม

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นของลูก้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ลูก้ามีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การทำเอกสารเผยแพร่ถึงลูก้ายังไม่ชัดเจน ไม่ทั่วถึงและไม่ต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทควรจัดเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ส่งถึงลูก้าอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการตลาด ในการขยายฐานตลาดที่จะให้บุคคลที่ยังไม่ได้เป็นลูก้าเกิดความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลีณี เชนฐิโชติศักดิ์ (2534) พบว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักการประกันชีวิต และควรมีการบรรจุลงในหลักสูตรการศึกษา จะช่วยทำให้คนเข้าใจประกันชีวิตมากขึ้น

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูก้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนก ตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ดังนี้

2.1 ลูก้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูก้าเพศชาย มีความมั่นใจในด้านความมั่นคงมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การตัดสินใจในการลงทุนทำอะไรบางอย่าง หัวหน้าครอบครัวมีความสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรึกษาหารือกันก่อนจะตัดสินใจ

2.2 ลูก้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เป็นเช่นนี้เพราะลูก้าส่วนใหญ่มีความเข้าใจในเรื่องของการประกันชีวิตเป็นอย่างดี และปัจจุบันค่อนข้างที่จะมีการยอมรับในเรื่องของการประกันชีวิตมากขึ้น ดังนั้น วิทยุจึงไม่ใช่ปัญหาในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

2.3 ลูก้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ลูก้าที่ประกอบอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่มีความเข้าใจในเรื่องของการประกันชีวิต และมีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตว่ามีความมั่นคงและมีความจำเป็นสำหรับชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งลูก้าให้ความสนใจและต้องการที่จะทำประกันชีวิต เนื่องจากหน้าที่การงานหรือตำแหน่งงานที่ทำอยู่ มีความเสี่ยงต่อชีวิตสูง จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูก้าตัดสินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทที่มีความมั่นคงและมีชื่อเสียงในวงการประกันชีวิตมานาน ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับที่ สุธรรม พงศ์สำราญ (2528:9-11) กล่าวว่า การประกันชีวิตเป็นการให้ความคุ้มครองกับหัวหน้าครอบครัวในกรณีที่หัวหน้าครอบครัวจากไปก่อนเวลาอันควร หากหัวหน้าครอบครัวทำประกันชีวิตไว้ ภรรยา และบุตร จะมีเงินเลี้ยงตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งใคร

2.4 ลูก้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด มีการกำหนดชนิดของการประกันชีวิตไว้หลายประเภท เพื่อให้เหมาะสมกับรายได้และความต้องการของลูก้า เพราะฉะนั้นลูก้าจึงเลือกทำประกันชีวิตตามกำลังและความสามารถในการจ่ายเบี้ยประกัน

2.5 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำประกันชีวิตโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เป็นเพราะการทำประกันชีวิตจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยตัวแทนประกันชีวิตเป็นผู้อธิบายและชี้แจงผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิต ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและสนใจที่จะทำประกันชีวิต หากลูกค้าเกิดความเข้าใจ ระดับการศึกษาจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ (2531) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต พบว่า ผู้บริโภคที่ทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิตเนื่องจากพอใจในคำชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาครั้งนี้

เพื่อให้การพัฒนากิจการดำเนินงานด้านการประกันชีวิตของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ควรจะได้มีการปรับปรุงและพัฒนากิจการดำเนินงานในด้านความมั่นคง ด้านการให้บริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทผ่านสื่อต่าง ๆ สู่ลูกค้าอย่างทั่วถึงและชัดเจน รวมทั้งมีการส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัทให้รวดเร็ว และมีการจัดทำรายงานการปฏิบัติงานประจำปีให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการยืนยันสถานภาพที่มั่นคง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อการประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านการให้บริการหลังการขาย ควรมีการส่งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งมีการพัฒนาบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และควรไปเยี่ยมเยียนลูกค้าในโอกาสต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งควรอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการไปเก็บเบี้ยประกันให้ตรงเวลา หรือมีการส่งของขวัญให้กับลูกค้าในโอกาสพิเศษ

3. ด้านความมั่นคง ควรมีการส่งเสริมในเรื่องของความรู้ ด้านการประกอบธุรกิจประกันชีวิต รวมไปถึงมีการเผยแพร่เอกสารด้านนโยบายการลงทุน เอกสารที่แสดงถึงความมั่นคงด้านการเงินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการลงทุนมากยิ่งขึ้น

3. ด้านการให้บริการหลังการขาย ควรมีการส่งเสริมให้ตัวแทนประกันชีวิตมีการเข้าพบเพื่อเยี่ยมเยียนลูกค้าในโอกาสต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า และเป็นการรักษามาตรฐานในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

1. ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดเพชรบุรี

2. ศึกษาแรงจูงใจของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในจังหวัดเพชรบุรี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการประกันภัย.(2541).คู่มือเตรียมสอบความรู้เพื่อขอรับใบอนุญาตตัวแทน-นายหน้า ประกันภัย.
กรุงเทพฯ : สวัสดิการกรมประกันภัย กระทรวงพาณิชย์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2541).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 7.กรุงเทพฯ:เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท.(2540).จิตวิทยาการขาย.กรุงเทพฯ:วังอักษร.
- ทัศนีย์ ศรีกัลยา.(2538).ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต.
ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ทองวรรณ ศิริวรรณ.(2543).แรงจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรเศรษฐศาสตร์และการจัดการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว.สารนิพนธ์. กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์.(2535).พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.กรุงเทพฯ:บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนา จำกัด.
- ธำรงค์ศักดิ์ หมิ่นจักรและศรีสง่า กรรณสูตร.(2523).จิตวิทยาธุรกิจ.กรุงเทพฯ:บรรณกิจ.
- บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด.(2541).Marketing news.กรุงเทพฯ:ฝ่ายการตลาด
บริษัทฯ.
- _____. (2543).เอ.ไอ.เอ.กับนโยบายการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ.กรุงเทพฯ:ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัทฯ.
- _____. (2544).ความน่าเชื่อถือกับความมั่นคงทางการเงิน.กรุงเทพฯ:ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัทฯ.
- _____. (2544).ข้อมูลทั่วไปของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด.กรุงเทพฯ:ฝ่ายสื่อสาร
องค์กร บริษัทฯ.
- _____. (2545).ความเป็นเลิศด้านบริหารการเงิน.กรุงเทพฯ:ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัทฯ.
- _____. (ม.ป.ป.).การบริการหลังการขาย.กรุงเทพฯ:แผนกฝึกอบรมตัวแทน บริษัทฯ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ.(2526).ทัศนคติ:การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.กรุงเทพฯ:โอเดียนสโตร์.
- ปนัดดา อรุณกิจำจร.(2543).คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ.ปริญญานิพนธ์
กศ.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ปิยรัตน์ วงศ์ไทย.(2542).ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาสี่แยกวงเวียน.สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
เกริก.ถ่ายเอกสาร.
- พนิดา สุขจิระและคณะ.(2531).การศึกษาทัศนคติของลูกค้าจ้างในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่มี
ต่อการประกันชีวิต.วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร
- พิสมัย อิศวภิจวีรี.(2538).การศึกษาการจัดการธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ ค.ม.กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร.
- มาลินี เชษฐโชติศักดิ์.(2534).ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ วท.ม.กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- ลาวัณย์ จักรานูวัฒน์.(2541).ความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาปริญญาโท ภาคพิเศษ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
(M.B.A) สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครต่อการจัดการภาคพิเศษ.ปริญญานิพนธ์
กศ.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.(2536).สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 4.คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.กรุงเทพฯ:สุวีริยาสาส์น.
- วัลภา สรรเจริญ.(2543).การขายประกันชีวิต.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แม็ค.
- วุฒิชติ สุนทรสมัย.(2534).ปัจจัยการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต.วิทยานิพนธ์ ส.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541).พฤติกรรมองค์การ.กรุงเทพฯ:บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.(2540).คู่มือการเรียบเรียงปริญญานิพนธ์.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยฯ.
- ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ.(2530).การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต.วิทยานิพนธ์ ค.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร.
- สมาคมประกันชีวิตไทย.(2541).คู่มือตัวแทนประกันชีวิต.กรุงเทพฯ:พี.เอส.ที.
- สุชา จันท์เอม.(2540).จิตวิทยาพัฒนาการ.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สุธรรม พงศ์สำราญ.(2528).การประกันชีวิต.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ส่วนวิชาการ/ศูนย์ฝึกอบรม บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (ม.ป.ป.).ความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต.กรุงเทพฯ:ม.ป.พ.
- สมชัย เลิศอนันต์ตระกูล.(2540).การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ ส.ม.เชียงใหม่:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.ถ่ายเอกสาร.
- สมบูรณ์ ชิตพงษ์.(2523).การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.กรุงเทพฯ:สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำออง งามวิชา.(2541).การวิจัยธุรกิจศึกษา.กรุงเทพฯ:ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อารี พันธุ์มณี.(2543).จิตวิทยาการเรียนการสอน.กรุงเทพฯ:บริษัทเลิฟ แอนด์ ลินเพลส จำกัด.
- Good, Carter V.(1973).Dictionary of Education.New York : McGraw – Hill Book Co.,Inc.
- Best,John W.(1981).Research in Education.4th ed.Englewood:Criffts.NJ Prentice.Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์
แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

.....

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านความมั่นคง ด้านการบริการหลังการขาย ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

คำตอบจะไม่มีถูกหรือผิด และในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จะไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อท่านแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามนี้ให้ตรงกับความคิดและความรู้สึกที่แท้จริงของท่านมากที่สุด และโปรดตอบทุกข้อ เพราะคำตอบของท่านจะเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์คล้าย
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 แบบสำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ
☐ ชาย
☐ หญิง

2. อายุ
☐ 21 - 30 ปี
☐ 31 - 45 ปี
☐ 46 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ
☐ รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ รับจ้าง
☐ เกษตรกร
☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4. รายได้
☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
☐ 10,001 - 20,000 บาท
☐ 20,001 - 30,000 บาท
☐ ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 **ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี**

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความซึ่งตรงกับความคิดของท่านที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี แล้วตอบคำถาม โดยใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง () เพียงข้อเดียว

ข้อ	ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ การทำประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
	ด้านความมั่นคง					
1.	ความมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิต					
2.	บริษัทเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วโลก					
3.	บริษัทเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปในด้านความมั่นคง					
4.	บริษัทมีทุนจดทะเบียนสูงทำให้ลูกค้ำเกิดความไว้วางใจ					
5.	บริษัทมีนโยบายการลงทุนที่น่าเชื่อถือ จึงทำให้ลูกค้ำกล้าที่จะนำเงินมาลงทุนด้วย					
6.	เป็นบริษัทที่มีลูกค้ำเป็นจำนวนมากกระจายอยู่เกือบทุกประเทศทั่วโลก					
7.	บริษัทมีเครือข่ายกระจายอยู่เกือบทุกประเทศทั่วโลก					
8.	เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจประกันชีวิตมานานในประเทศไทย					
9.	บริษัทมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านการประกอบธุรกิจประกันชีวิต					
10.	เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงด้านการเงินสูง					
11.	มีนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับที่กรมประกันภัยกำหนด					
12.	นโยบายการลงทุนของบริษัทช่วยส่งเสริมให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น					

ข้อ	ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ การทำประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
13.	บริษัทมีนโยบายการวางแผนด้านการลงทุนที่สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจโดยรวม เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า					
	ด้านการให้บริการหลังการขาย					
14.	บริษัทมีสำนักงานตัวแทนอย่างทั่วถึงเกือบทุกจังหวัด เพื่อสะดวกในการติดต่อ					
15.	ท่านสามารถติดต่อกับสำนักงานตัวแทนได้สะดวกและรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา					
16.	บริษัทมีการจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า					
17.	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานตัวแทน มีการต้อนรับและให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดีทุกครั้ง					
18.	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานตัวแทนสามารถทำหน้าที่แทนบริษัท ในด้านการบริการลูกค้าได้ดี					
19.	ท่านสามารถทำเรื่องเบิกค่ารักษาพยาบาลผ่านที่สำนักงานตัวแทนโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสำนักงานใหญ่					
20.	ท่านได้รับบริการที่ดีในเรื่องการเบิกค่ารักษาพยาบาลในทุกกรณีที่แถลงไว้ในสัญญาการประกันชีวิต					
21.	บริษัทมีการส่งข้อมูล ข่าวสาร ถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์					
22.	บริษัทมีการพัฒนาบริการที่หลากหลายเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า					
23.	บริษัทมีสถานที่สำหรับรับชำระค่าเบี้ยประกันหลายแห่ง ซึ่งทำให้สะดวกต่อการชำระค่าเบี้ยประกัน เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคารพาณิชย์, ที่ทำการไปรษณีย์, สำนักงานตัวแทน, ชำระผ่าน ATM ฯลฯ					
24.	บริษัทมีเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนท่านในโอกาสต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
25.	ตัวแทนประกันชีวิตไปเก็บเบี้ยประกันตรงเวลาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า					

ข้อ	ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ การทำประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
26.	ตัวแทนประกันชีวิตอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในทุกด้านเป็นอย่างดี					
27.	ตัวแทนประกันชีวิตมีการติดตามและให้บริการหลัง การขายอย่างสม่ำเสมอ					
28.	ท่านได้รับการด่วยพรหรือของขวัญในโอกาสพิเศษ จากบริษัทอย่างสม่ำเสมอ					
	ด้านผลประโยชน์ตอบแทน					
29.	ท่านได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการลงทุนกับ บริษัทในรูปของเงินคืนหรือเงินปันผลมากกว่าการ ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์					
30.	ผลประโยชน์ตอบแทนจากการเบิกจ่ายค่ารักษา พยาบาลเป็นไปตามเงื่อนไขของกรมธรรม์					
31.	การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลหรือค่าชดเชยจากการ เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล สามารถกระทำได้ อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์					
32.	ท่านได้รับความสะดวกสบายจากการเบิกค่ารักษา พยาบาลและค่าชดเชยซึ่งทางบริษัทจะทำหน้าที่ ประสานงานกับทางสถานพยาบาลให้					
33.	ท่านได้รับความสะดวกสบายจากการเข้ารับการ รักษาพยาบาลโดยไม่ต้องจ่ายเงินสำรองไปก่อน					
34.	ท่านสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลกับสถาน พยาบาลในเครือได้ทั่วประเทศ					
35.	ท่านได้รับเงินปันผลตามสิทธิและเงื่อนไขที่แท้จริงที่ บริษัทกำหนดอย่างรวดเร็วและตรงเวลา					
36.	ท่านสามารถกู้เงินจากกรมธรรม์ประกันชีวิตในยามที่ ท่านขาดส่นหรือเดือดร้อนในเรื่องเงิน					
37.	เมื่อลูกค้าเสียชีวิต บริษัทมีการจ่ายสินไหมมรณ กรรมอย่างถูกต้อง รวดเร็วและยุติธรรม					
	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
38.	บริษัทมีการใช้สื่อโฆษณาอย่างแพร่หลาย ทำให้ลูก ค้าเกิดความสนใจในการลงทุน					

ข้อ	ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ การทำประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
39.	บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทผ่านสื่อต่าง ๆ สู่ลูกค้าอย่างทั่วถึงและชัดเจน					
40.	บริษัทมีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในด้านความคุ้มครองชีวิตและการรักษาพยาบาลให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
41.	บริษัทมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจลูกค้าและหลากหลาย					
42.	ตัวแทนของบริษัทมีการเข้าพบลูกค้า เพื่ออธิบายและชี้แจงรายละเอียดของการทำประกันชีวิตและผลตอบแทนที่ได้รับอย่างชัดเจน					
43.	บริษัทมีการมอบของสมนาคุณให้กับท่านหากท่านตอบรับข้อเสนอพิเศษของบริษัท					
44.	ท่านได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัทอย่างต่อเนื่อง					
45.	ท่านได้รับเอกสารต่าง ๆ ของบริษัทรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์					
46.	ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษจากเอกสารที่บริษัทจัดส่งให้พร้อมใบแจ้งการชำระเงิน					
47.	บริษัทมีการจัดทำรายงานการปฏิบัติงานประจำปีให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการยืนยันสถานภาพที่มั่นคง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสนใจประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น					
48.	การมอบสิทธิประโยชน์เพิ่มให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำประกันชีวิตเพิ่ม					

**ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต
บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี**

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่าน

1. ด้านความมั่นคง

2. ด้านการให้บริการหลังการขาย

3. ด้านผลประโยชน์ตอบแทน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ภาคผนวก ข

- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า
- หนังสือราชการขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์
การศึกษา : บ.บ., M.B.A.(Marketing)
Ph.D.(Business Education and Management)
2. คุณรักษ์ หลานสะอาด
การศึกษา : ศศ.บ.(รัฐศาสตร์)มหาวิทยาลัยรามคำแหง
M.B.A.(International Business) Southeastern University Washington D.C
3. . คุณปรัชญ์ สิงห์เสนีย์
การศึกษา : ศศ.บ.(รัฐศาสตร์)มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(Public Administration) Southeastern University Washington D.C



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ ๕๕๐ 6

วันที่ ๔๔ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี อาจารย์สัญญากร ชูทรัพย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๕ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้ช่วยรองประธานฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนธุรกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวกมลวรรณ พรหมณ์กล้า นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี อาจารย์สิฐฐากร ชุทธิพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกมลวรรณ พรหมณ์กล้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 02-258-4119



ที่ ทม 1012/ ๔๕๖๗

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๕ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายตัวแทนภาคตะวันตก

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี อาจารย์สิริฐากร ชุทรัพย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า ซึ่งจะประกอบประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 02-258-4119



ที่ ทม 1012/ 5 ๕4๕

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

5 สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการภาคอาวุโส บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด จังหวัดเพชรบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี อาจารย์สัญญากร ชุทธิพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าที่ทำประกันชีวิตกับ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการทำประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนสิงหาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์กล้า ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกมลวรรณ พราหมณ์คล้าย
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2518
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	119/27 หมู่ 4 ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการสำนักงานตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด สาขาท่ายาง จังหวัด เพชรบุรี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์ เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2541	ศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2546	การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.)ธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ