

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตนเองของนายประกัน อาชีพกับผู้ต้องคดีในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวอังสุมาริน ทองจันทร์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ภูยาชีพ ยอดมิ่ง

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นมาและวิธีการดำเนินธุรกิจของนายประกันอาชีพในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของนายประกันอาชีพในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของนายประกันอาชีพในจังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) และศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า อ้างอิงมาจากหนังสือ งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งความรู้ต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตนเองของนายประกันอาชีพ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนายประกันอาชีพจำนวน 6 คน กลุ่มผู้แนะนำและนายหน้าจำนวน 5 คน กลุ่มผู้ต้องหาหรือจำเลยที่เคยใช้บริการของนายประกันอาชีพจำนวน 6 คน และกลุ่มเจ้าพนักงานประจำศาลจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 คน รวมทั้งหมดจำนวน 20 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้นำแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ แนวคิดในการปล่อยตัวชั่วคราว และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจนายประกันอาชีพในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มต้นขึ้นเมื่อประมาณกลางปี พ.ศ. 2541 อย่างไม่เป็นทางการ ด้วยการริเริ่มของอดีตข้าราชการครูที่ผันมาทำธุรกิจเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์และได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจฟองสบู่แตกซึ่งแรงกดดันในการประกอบธุรกิจนั้นเกิดจากการที่การได้เห็นถึงการสูญเสียโอกาสทางสังคมของผู้ที่ไม่ได้รับการประกันตัวระหว่างรอการพิจารณาคดีของศาล และความไม่เท่าเทียมกันในการได้รับการปล่อยตัวชั่วคราวระหว่างผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงกับผู้ที่ยากกว่าระหว่างต้องขังอยู่ในเรือนจำจึงเกิดความคิดที่

อยากจะช่วยผู้ต้องคดีที่ประสบกับปัญหาดังกล่าว ประกอบกับสามารถยึดเป็นอาชีพเพื่อเลี้ยงดูครอบครัวได้หลังการพ้นโทษ หลังจากนั้น มีผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจเป็นนายประกันเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการบังคับใช้ข้อกำหนดศาลจังหวัดเชียงใหม่ เรื่อง การปฏิบัติตนของนายประกันอาชีพและนายหน้านายประกันอาชีพ พ.ศ. 2547 เพื่อเป็นการควบคุมการดำเนินธุรกิจของนายประกันอาชีพจนถึงปัจจุบัน

ด้านวิธีการดำเนินธุรกิจของนายประกันอาชีพในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างจะมีวิธีการหาลูกค้าด้วยการวางเครือข่าย “ผู้แนะนำและนายหน้า” ไว้ตามสถานีตำรวจสถานีคุมขังของศาลและเรือนจำ ส่วนหลักทรัพย์ที่นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้เป็นหลักประกันที่ศาลจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ โฉนดที่ดิน น.ส.3 น.ส.3ก รองลงมาได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล สลากออมสิน สลากออมทรัพย์ทวีสินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรโดยคิดอัตราค่าเช่าหลักทรัพย์ 5-20% ของราคาหลักทรัพย์ที่ศาลอนุญาตให้นายประกันทั้งนี้ นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างจะรับเป็นนายประกันให้แก่ผู้ต้องหาหรือจำเลยจนกว่าการพิจารณาคดีของศาลชั้นนั้นๆจะมีคำพิพากษา ในกรณีที่ผู้ต้องหาหรือจำเลยที่นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างรับประกันให้หลบหนีในระหว่างการประกัน นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างจะให้เครือข่ายออกติดตามจับกุมตัวผู้ต้องหาหรือจำเลยมาส่งให้ตำรวจศาลและรายงานให้ศาลทราบพร้อมทั้งยื่นคำร้องขอให้ศาลลดค่าปรับจากการผิดสัญญาประกันดังกล่าว อย่างไรก็ตาม นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการลดความเสี่ยงในการประกันที่จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์การทำงาน โดยการคัดเลือกผู้ต้องหาหรือจำเลยที่ไม่เคยต้องคดีมาก่อน ผู้ต้องหาหรือจำเลยที่ต้องคดีที่มีอัตราโทษต่ำ หรือคดีที่เป็นความผิดจากการกระทำโดยประมาท และพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้ค้ำประกันโดยให้ทั้งหมดลงลายมือชื่อในสัญญาเช่าหลักทรัพย์และสัญญาค้ำประกัน ทั้งนี้ นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างยังคงยึดถือเอาข้อกำหนดศาลจังหวัดเชียงใหม่ เรื่องการปฏิบัติตนของนายประกันอาชีพและนายหน้า นายประกันอาชีพ พ.ศ. 2547 เป็นแนวปฏิบัติในการประพฤติตนและการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด

ในส่วนของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของนายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่ได้กำหนดไว้อย่างเป็นทางการ แต่นายประกันอาชีพมีการดำเนินการตามกระบวนการของการประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล การวางแผน การติดต่อสื่อสาร และการประเมินผล โดยในขั้นตอนของการติดต่อสื่อสาร นายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการสื่อสารแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้คำพูดและนามบัตรเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ส่วนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ตนเองที่ใช้ได้แก่ “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด” จำนวน 3 กลยุทธ์ ซึ่งใช้แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจใช้

กับกลุ่มผู้แนะนำและนายหน้า กลยุทธ์ปากต่อปากใช้กับกลุ่มผู้ต้องหาหรือจำเลยผู้ใช้บริการ และ กลยุทธ์การชักจูงโน้มน้าวใจใช้กับกลุ่มเจ้าพนักงานประจำศาลจังหวัดเชียงใหม่แผนก ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เมื่อดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มพบว่า การประชาสัมพันธ์ ตนเองด้วยกลยุทธ์ดังกล่าวของนายประกันอาชีพกลุ่มตัวอย่างให้ผลสัมฤทธิ์ในระดับที่น่าพอใจ

ด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์พบว่า นายประกันอาชีพกลุ่ม ตัวอย่างประสบกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายใน 2 ประการ ได้แก่ การขาดความรู้ ความเข้าใจและบุคลากรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการขาดแคลนงบประมาณในการ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังประสบกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกอีก 2 ประการ ได้แก่ การมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบของนายประกันอาชีพ และอุปสรรคด้านการสื่อสาร ระหว่างนายประกันอาชีพและกลุ่มเป้าหมาย

Independent Study Title	Public Relations Strategy of Professional Bailman in Chiang Mai Province
Author	Ms. Angsumarin Thongkun
Degree	Master of Arts (Communication Studies)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Phupayap Yodming

ABSTRACT

This independent study aims to study on background and proceeding of the business of the professional bailman in Chiang Mai in order to research on the public relations strategies of the professional bailman in Chiang Mai and also the potential problems and obstacles of the public relations proceeding of the professional bailman in Chiang Mai.

In this study, the researcher used the Qualitative Research studying from the Primary Data by conducting the In Depth Interview and the Secondary Data which the data studied from the research referring from the relevant journals, research and learning resources.

The study groups are the people involving with the self-public relations proceeding of the professional bailman. There are four groups which are six professional bailman, five suspect and defendant's referees and bailing brokers, six suspect or defendants who have been once serviced by the professional bailman and three the Chiang Mai court officers. The researcher categorized the study into three parts according to the objectives, the public relations perception, concepts and other relevant research.

The study results found that the business of the Chiang Mai professional bailman unofficially started in the mid of 1998 by the former teacher who had once worked in the real estate business. As the business crisis so called "Tom Yom Kung" in 1998. During this period of time, he was inspired by seeing people were detained due to the consideration procedures from the judge and the social inequality difference between the wealth and poverty. These led to the idea of helping these people out while they were in prison and would be an appropriate career. After that, the number of people who conduct this business has rapidly increased. The Chiang

Mai Justice court reinforced the title of regulations of the professional bailman and bailing brokers in 2004 to control the business until present.

Refer to the study result of the proceeding of the study group of the professional bailman, there are no official public relations strategies. However, there are four public relations processes which are data collection, planning, communication and evaluation. During the communication process, the study group of the professional bailman used interpersonal communication model conducted by personal media, spoken words and name card. The message will be used differed by the target groups which are the business networking strategy used with the referees and bailing brokers, the word of mouth strategy used with suspect or defendants and the persuasion strategy used with Chiang Mai court officers in the public relations department. After the interviewing procedure, the study found that the self-public relations strategies result has been satisfactorily conducted.

From the potential problems and obstacles of the public relations proceeding, the researcher found that the study groups of professional bailman encounter the problems with two internal and two external factors. The internal factors are the lack of the knowledge and staff in public relations field and the lack of budget to produce the public relations media. The external factors are the negative image and the obstacle of communication between the professional bailman and the target groups.