

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ทุกคนย่อมไม่สามารถหลีกเลี่ยงโรคร้ายไข้เจ็บและอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่รอบ ๆ ตัวเราได้แต่ถ้าทุกคนเสียชีวิตในวัยอันสมควรและไม่ทิ้งภาระไว้เบื้องหลังให้กับครอบครัวหรือบุคคลอื่นที่ตนต้องอุปการะ และบุคคลที่อยู่ในความอุปการะไม่เดือดร้อนในการดำรงชีพแล้ว การประกันชีวิตก็คงไม่มีความจำเป็นกับบุคคลเหล่านั้น แต่ไม่มีใครรู้ว่าการเสียชีวิตจะเกิดขึ้นเมื่อใด ดังนั้น วิธีที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนด้วยการรับเงินจำนวนหนึ่งเพื่อนำมาชดเชยการสูญเสียรายได้เมื่อมีผู้ถึงแก่กรรม เจ็บป่วย หรือกลายเป็นบุคคลทุพพลภาพ หรืออยู่ในวัยชราคือการทำประกันชีวิต

American International Assurance(เอไอเอ)ประกันชีวิตสร้างความมั่นคงให้กับสังคมไทย มากว่า 70 ปีตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2481 โดยนอกจากธุรกิจประกันชีวิตแล้ว บริษัทยังให้บริการประกันสินเชื่อ ประกันอุบัติเหตุ และสุขภาพ ประกันกลุ่ม โครงการออมทรัพย์รายเดือน สินเชื่อ เลหะ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเอไอเอ เป็นบริษัทในเครือของอเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล กรุ๊ป อิงค์ หรือ เอไอจี ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยและบริษัทที่ให้บริการทางการเงินชั้นนำของโลกที่ ดำเนินธุรกิจในกว่า 130 ประเทศ สำหรับในประเทศไทย เอไอเอ นับเป็นผู้นำในธุรกิจประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งติดต่อกันมากกว่า 20 ปี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทมีสินทรัพย์ รวมกว่า 380,307 ล้านบาท มีเงินสำรองประกันภัยกว่า 271,814 ล้านบาท ซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่งของ ธุรกิจ ปัจจุบันมีผู้ถือกรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่า 4.8 ล้านฉบับ หากรวม กรมธรรม์ประกัน อุบัติเหตุและสุขภาพ จะมีกรมธรรม์ที่มีผลบังคับมากกว่า 6.1 ล้านฉบับ มีพนักงานกว่า 1,700 คน ตัวแทนประกันชีวิตกว่า 82,000 คน และหน่วยตัวแทนกว่า 7,600 หน่วยเอไอเอ โดยวิจัยความ ต้องการของผู้บริโภค รวมถึงแนวโน้มตลาด และสถานะเศรษฐกิจโดยรวมอย่างเป็นระบบ ยิ่งไปกว่า นั้น เอไอเอยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการประกันชีวิตไทย เช่น เป็น ผู้นำในการปรับเพิ่มวงเงินทุนประกันขั้นต่ำจาก 100,000 เป็น 150,000 บาท เพื่อให้ความคุ้มครอง สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจและค่าครองชีพในปัจจุบัน การขยายออกสู่ตลาดชนบท เพื่อส่งเสริม ให้คนไทยในทุกภูมิภาคถือกรมธรรม์อย่างน้อย 1 กรมธรรม์ต่อ 1 ครอบครัว เพื่อสร้างความมั่นคง ทางการเงินให้ทุกคนเร็วขึ้น รวมถึงการตรวจสุขภาพทางการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ตัวแทน

ประกันชีวิตของเอไอเอ สามารถวิเคราะห์ความต้องการทางการเงินที่แท้จริงของลูกค้า และนำเสนอการวางแผนทางการเงินที่สอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตของลูกค้า เพื่อยกระดับธุรกิจประกันชีวิตให้ได้มาตรฐานและมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น(อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลเอสชัวร์รันส์จำกัด, 2553 : ออนไลน์)

นอกเหนือไปกว่านี้บริษัทเอไอเอคว่ำรางวัล “บริษัทประกันชีวิตคนไทยชอบมากที่สุด ประจำปี 2553 (2010 Thailand’s Most Admired Brand) ประเภทธุรกิจประกันชีวิต” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยมีปัจจัยที่ประชาชนชื่นชอบดังต่อไปนี้เคลม ประกันรวดเร็ว วงเงินคุ้มครองสูง ตัวแทน/พันธมิตรธุรกิจมีคุณภาพ (สยามธุรกิจ , 2553 : ออนไลน์)

ตารางเบี้ยประกันของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยจำแนกตามปีพ.ศ และเบี้ยประกันภัยรับ การประกันชีวิตได้รับความสนใจจากประชากรเพิ่มมากขึ้นจากสถิติเบี้ยประกันชีวิตในปี 2547 เป็นจำนวน 147,198,220,000 บาท ปีที่ 2548 เป็นจำนวน 163,137,440,000 บาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.83 ปี 2549 จำนวน 169,360,185,000 บาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.81 ปี 2550 เป็นจำนวน 197,623,485,000 บาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.69 ปี 2551 เป็นจำนวน 217,221,346,000 บาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.92 ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารอยู่ในระดับต่ำจึงทำให้การเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตยิ่งทวีคูณขึ้นเรื่อย ๆ ดังตาราง 1.1

ตารางที่ 1.1 เบี้ยประกันภัยของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย หน่วย : 1000 บาท

ปีพ.ศ.	เบี้ยประกันภัยรับ	เพิ่มขึ้นร้อยละ
2547	147,198,220	-
2548	163,137,440	10.83
2549	169,360,185	3.81
2550	197,623,485	16.69
2551	217,221,346	9.92

ที่มา:กรมการประกันภัย, กองส่งเสริมการประกันภัยและสารสนเทศ(2553)

สัดส่วนของ ส่วนแบ่งการตลาด ธุรกิจประกันชีวิตระหว่างบริษัทเอไอเอกับบริษัทของคนไทยตั้งแต่ปี พ.ศ 2551 – 2547 ปี 2547 บริษัทเอไอเอมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50 ปี 2548 ส่วนแบ่งตลาดบริษัทเอไอเอร้อยละ 42.7 ลดลงร้อยละ 7.3 ปี 2549 ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเอไอเอ 40.8 ลดลงร้อยละ 1.9 ปี 2550 ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเอไอเอ 39.1 ลดลงร้อยละ 1.7 ปี 2551 ส่วนแบ่งตลาด 37.6 ลดลงร้อยละ 1.5 โดยส่วนแบ่งตลาดบริษัทเอไอเอนั้นลดลงทุกปีและส่วนแบ่งตลาด

บริษัทของคนไทยนั้นเพิ่มขึ้นทุกปีอันเนื่องมาจากธุรกิจประกันชีวิตมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นทุกปีและประชาชนมีความสนใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตเพิ่มขึ้นทุกปี ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงสัดส่วนของส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจประกันชีวิตระหว่างบริษัทเอไอเอกับบริษัทของคนไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 – 2547

ปีพ.ศ.	บริษัทเอไอเอ(ร้อยละ)	ลดลงร้อยละ	บริษัทของคนไทย(ร้อยละ)	เพิ่มขึ้นร้อยละ
2547	50	-	50	-
2548	42.7	7.3	57.3	7.3
2549	40.8	1.9	59.2	1.9
2550	39.1	1.7	60.9	1.7
2551	37.6	1.5	62.4	1.5

ที่มา: กรมการประกันภัย, กองส่งเสริมการประกันภัยและสารสนเทศ(2553)

ตารางเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงของธุรกิจประกันชีวิต โดยแบ่งออกเป็นบริษัทในประเทศไทย 23 บริษัทและบริษัทต่างประเทศ 1 บริษัท จากตารางที่ 1.3 สามารถสรุปได้ว่าเมื่อสิ้นสุดปี 2551บริษัทเอไอเอมีเบี้ยประกันภัยรับในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 83,009,040, 000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.46 ของเบี้ยประกันภัยทั้งหมดในประเทศไทยทั้งหมดซึ่งเมื่อเทียบกับบริษัทในประเทศไทยเอไอเอซึ่งเป็นบริษัทต่างชาติมีเบี้ยประกันสูงเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือไทยประกันชีวิต เบี้ยประกันภัย 32,246,080,000 คิดเป็นร้อยละ 14.55 ของเบี้ยประกันภัยทั้งหมดในประเทศไทยลำดับที่สามคือเมืองไทยประกันชีวิตเบี้ยประกันภัย 17,242,673,000 คิดเป็นร้อยละ 7.78 ของเบี้ยประกันภัยทั้งหมดในประเทศไทยแสดงดังตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 เบี้ยประกันภัยรับโดยตรงของธุรกิจประกันชีวิต ปี พ.ศ.2551 หน่วย : 1000 บาท

บริษัทในประเทศไทย	เบี้ยประกันภัย	ร้อยละ
1.ไทยประกันชีวิต	32,246,080	14.55
2.เมืองไทยประกันชีวิต	17,242,673	7.78
3.ไทยพาณิชย์วินยอร์คไลฟ์	15,078,187	6.80
4.อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.	14,499,237	6.54
5.กรุงเทพประกันชีวิต	15,007,392	6.77
6.ไทยสมุทรประกันชีวิต	9,576,507	4.32
7.กรุงไทย-เอกซ่า	9,052,386	4.08
8.ไอเอ็นจี ประกันชีวิต	6,294,098	2.84
9. ธนชาติประกันชีวิต	4,925,788	2.22
10.พรุเด็นเซียล	2,377,137	1.07
11.ฟินันซ่าประกันชีวิต	1,884,822	0.85
12.ประกันชีวิตนครหลวงไทย	1,782,218	0.80
13.เอชไลฟ์ แอสซัวร์นซ์	1,744,169	0.78
14.อาคเนย์ประกันชีวิต	1,728,209	0.77
15.ไทยคาร์ดีฟประกันภัย	1,372,565	0.62
16.เจนเนอราลี่ประกันชีวิต	1,206,455	0.54
17.มิลเลียมไลฟ์อินชัวร์นซ์	827,409	0.37
18.สยามซัมซุงประกันชีวิต	805,811	0.36
19.แมนูไลฟ์ประกันชีวิต	482,871	0.22
20.แอ็ดวานซ์ ไลฟ์	265,150	0.12
21.สยามประกันชีวิต	125,923	0.06
22.สหประกันชีวิต	50,390	0.02
23.บางกอกสหประกันชีวิต	13,656	0.01
<b>รวม</b>	<b>138,589,133</b>	<b>62.54</b>
สาขาบริษัทต่างประเทศ		
1.เอไอเอประกันชีวิต	83,009,040	37.46
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>221,598,173</b>	<b>100</b>

ที่มา:กรมการประกันภัย, กองส่งเสริมการประกันภัยและสารสนเทศ(2553)

โดยปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตมีทั้งสิ้น 24 บริษัท บริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดประกันชีวิตสูงสุดคือบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด รองลงมาคือ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ลำดับที่สามคือบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2553: ออนไลน์) และด้วยเหตุที่แผนแม่บทสถาบันการเงิน (Financial Master Plan) ได้สนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์สามารถให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร (Universal Bank) อาทิการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิตปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จึงได้ดำเนินธุรกิจ Bancassurance ของบริษัทประกันชีวิตในเครือในการเป็นนายหน้าขายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านสาขาของธนาคาร อาทิ ธนาคารกรุงเทพ ร่วมมือกับบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต ธนาคารกสิกรไทย ร่วมมือกับบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการของธนาคารพาณิชย์ทำให้เกิดการแข่งขันกันในแง่ของธุรกิจประกันชีวิต ดังนั้นการศึกษา ถึงการเปรียบเทียบ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ กับบริษัทประกันของคนไทยของผู้ซื้อใน จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้ทำประกัน ชีวิตกับบริษัทผู้รับประกัน ชีวิต ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้การวางแผนและการกำหนดนโยบายในการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิต เพื่อเป็นการระดมเงินออมอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อจะได้นำเงินออมเหล่านั้นไปพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ กับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ โดยเปรียบเทียบกับบริษัทประกันของคนไทยจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดของบริษัทประกันชีวิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษา การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอกับบริษัทประกันของคนไทยของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอและบริษัทของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ 400 รายแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างบริษัทของเอไอเอ 200 รายและกลุ่มตัวอย่างบริษัทของคนไทย 200 ราย

#### 1.5 นิยามศัพท์

**เอไอเอ(AIA)** หมายถึงชื่อย่อของบริษัทประกันชีวิตอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์ันส์จำกัด (American International Assurance Co.,Ltd.)

**การประกันชีวิต** หมายถึง วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้นก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย

**การทำประกันชีวิต** หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง โดยตกลงยินยอมชำระเบี้ยประกันตามเงื่อนไขในสัญญาประกันชีวิตฉบับนั้น

**สัญญาประกันชีวิต** (กรมธรรม์ประกันชีวิต) หมายถึงสัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือ ใช้เงินจำนวนหนึ่งไว้ในกรณีวินาศภัยหากมีขึ้นหรือเหตุอย่างอื่นในอนาคตด้งระบุไว้ในสัญญา และบุคคลอีกบุคคลหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่าเบี้ยประกัน

**บริษัทประกันชีวิต** หมายถึง บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชน ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และให้หมายรวมถึง สาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตในราชอาณาจักรไทยด้วย

**บริษัทประกันภัยของคนไทย** หมายถึง บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชน ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นบริษัทของคนไทยเท่านั้น โดยบริหารความเสี่ยงภัยของผู้เอาประกันภัยไปสู่บริษัทประกันภัย เมื่อเกิดความเสียหายขึ้นบริษัทประกันภัยจะชดใช้ ค่าสินไหมทดแทน ตามที่ได้รับ ความคุ้มครองใน กรมธรรม์ประกันภัย ให้แก่ผู้เอาประกันภัย

**ตัวแทน** หมายถึง บุคคลที่เป็นคนกลางระหว่างบริษัทประกันภัยกับผู้เอาประกันภัย ในการให้คำแนะนำและชักชวนให้ทำประกันชีวิต

**ผู้เอาประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งเบี้ยประกัน

**ผู้รับประกันภัย** หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่งให้

**ผู้รับผลประโยชน์** หมายถึง บุคคลผู้พึงจะได้รับค่าสินไหมทดแทน หรือจำนวนเงินใช้ให้อาจเป็นบุคคลเดียวกับผู้เอาประกัน หรือบุคคลอื่นที่ระบุไว้ในสัญญาประกันภัยให้เป็นผู้รับประโยชน์ได้

**เบี้ยประกัน** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยต้องจ่ายให้กับบริษัทผู้รับประกันเพื่อซื้อความคุ้มครองที่ได้รับจากการประกันชีวิต

**ค่าสินไหมทดแทน** หมายถึง จำนวนเงินที่ชดใช้ให้เมื่อเกิดภัยแก่ผู้เอาประกัน

**เงินเอาประกัน** หมายถึง ราคาที่ผู้เอาประกันและผู้รับประกันตกลงกันในการเอาประกัน

**เงินออม** หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลหนึ่งนำมาฝากไว้กับสถาบันการเงิน

**หนี้สิน** หมายถึง เงินค้างชำระรวมทุกประเภท เช่น ค่าผ่อนบ้าน ค่าผ่อนรถ หนี้บัตรเครดิต หนี้เงินกู้ทุกประเภท ฯลฯ