

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการด้านการเงินและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน สภาพการแข่งขันในธุรกิจธนาคารพาณิชย์อยู่ในระดับที่สูง โดยต่างมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail Banking) มากกว่ากลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (Wholesale Banking) อีกทั้งแนวโน้มที่จะมีการปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ย ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องปรับตัวเพื่อสร้างรายได้เปรียบเชิงแข่งขัน ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น การให้สินเชื่อที่เน้นกลุ่มลูกค้า SMEs หรือเงินฝากที่ออกแคมเปญเพื่อรักษาลูกค้าและผลิตภัณฑ์การออมอื่นๆ หรือด้านบริการที่เน้นความเป็นเลิศทางการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการมีพนักงานต้อนรับลูกค้าที่ประตูการยกมือไหว้ลูกค้า การบริการด้วยความรวดเร็วถูกต้อง รวมถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการแข่งขันในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับธนาคารได้อีกทางหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ของธนาคารนั้นมีมากมายหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นบริการด้านเงินฝากซึ่งประกอบด้วย เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ เงินฝากกระแสรายวัน กองทุนและพันธบัตร บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งประกอบด้วย สินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อส่วนบุคคล รวมถึงบัตรเครดิต บริการด้านต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การโอนเงินต่างประเทศ และบริการด้านประกันชีวิตและประกันภัย

ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นผลิตภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ การที่ธนาคารพาณิชย์จะอาศัยผลกำไรจากส่วนต่างของดอกเบี้ยเงินกู้กับดอกเบี้ยเงินฝากไม่อาจช่วยให้ธนาคารพาณิชย์สร้างผลกำไรจำนวนมากได้ง่ายเหมือนอย่างในอดีต เพราะกฎกติกาในการดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์และการแข่งขันกับธนาคารต่างประเทศเป็นปัจจัยที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เพิ่มจากการขายประกันภัย และด้วยกลไกในการกำกับและส่งเสริมธุรกิจประกันภัยได้เปิดช่องทางให้ธนาคารพาณิชย์ได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันภัย เพื่อให้สามารถรับค่าตอบแทนได้อย่างถูกกฎหมายประกันภัยทั้งที่ธนาคารพาณิชย์มิได้มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการและดูแลผลประโยชน์

ของผู้เอาประกันภัยเหมือนตัวแทนและนายหน้าประกันภัยอาชีพ อย่างไรก็ตามพนักงาน  
 ธนาคารพาณิชย์จึงมีภารกิจสำคัญอีกประการที่ต้องปฏิบัติถึงแม้ว่าจะยินดีหรือไม่ก็ตาม นั่นคือ  
 การแนะนำผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์มีผลประกอบการเป็นไป  
 ตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง  
 มีการแข่งขันที่สูง ลูกค้าสามารถกำหนดอำนาจต่อรองได้ง่ายและสามารถเลือกใช้บริการด้าน  
 ประกันชีวิตได้หลากหลาย ซึ่งการเลือกใช้บริการด้านประกันชีวิตของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยที่  
 หลากหลายเช่นกัน อาทิเช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย  
 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านพนักงาน

เมื่อกล่าวถึงปัจจัยด้านพนักงาน การที่จะประสบความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ประกัน  
 ชีวิตได้นั้นจะต้องมีวิธีการขายทั้งในรูปแบบที่เป็นทีม นั่นคือ ทุกคนในทีมจะต้องมีแนวความคิด  
 ไปในทิศทางเดียวกัน ต้องอยู่บนพื้นฐานของความมีน้ำใจความเอื้ออาทรซึ่งกันและกันของ  
 เพื่อนพนักงาน ต้องเสนอขายอย่างเป็นธรรมชาติ ขายอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง ขายอย่าง  
 สนุกสนาน ไม่กดดัน และต้องมั่นใจว่าสินค้าของเราดีมีประโยชน์ นอกจากนี้ พนักงานทุกคนต้อง  
 ตระหนักอยู่เสมอว่าการเปิดการขายเป็นหัวใจหลัก โดยเปิดการขายกับลูกค้าทุกราย ไม่ตัดสินใจ  
 หรือคิดแทนลูกค้า และขอให้พึงระลึกอยู่เสมอว่าผู้ตัดสินใจ คือ ลูกค้า ส่วนการปิดการขายก็เป็นสิ่ง  
 สำคัญในการสรุปว่าลูกค้าตัดสินใจซื้อด้วยความสมัครใจ ส่วนสิ่งที่พนักงานจะได้รับหลังจากลูกค้า  
 ทำประกันก็คือผลงานจากรายได้ของค่าเบี้ยประกัน เงินรางวัลพิเศษ หรือรางวัลพนักงานดีเด่น  
 ประจำไตรมาส เป็นต้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (อลิสตา ธนชาติเดชินท์, 2553)

จังหวัดลำพูนเป็นทั้งแหล่งเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมจึงมีผู้มาใช้บริการธนาคารเป็น  
 จำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษามูลเหตุจูงใจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์  
 ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน เพื่อจะได้ทราบถึงแรงจูงใจ  
 ที่สำคัญในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ตลอดจนปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภท  
 ประกันชีวิต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจใน  
 การปฏิบัติงานแก่พนักงานธนาคารพาณิชย์ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน
- 2) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

การศึกษานี้ จะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการกำหนดนโยบายการดำเนินงานการพัฒนากลยุทธ์ทั้งในด้านทรัพยากรมนุษย์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้สามารถตอบสนองตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามพนักงานธนาคารพาณิชย์ที่ปฏิบัติงานในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน จำนวน 150 คน

## 1.5 นิยามศัพท์

**พนักงาน** หมายถึง พนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน

**ธนาคารพาณิชย์** หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

**ปัจจัย** หมายถึง สิ่งที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เช่น ลักษณะงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน หรือโอกาสก้าวหน้าในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน

**ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และระดับรายได้ต่อเดือน

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการในด้านเงินฝาก-ถอน หรือโอนและปฏิบัติการด้านอื่น ๆ ของธนาคาร

**ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** หมายถึง ความเกี่ยวข้องระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ความเกี่ยวข้องระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับลูกค้า ในลักษณะความเป็นมิตร ปราศจากความขัดแย้ง

**ความมั่นคงและความก้าวหน้า** หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อความมั่นคงในการทำงานและความก้าวหน้าของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร มีความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพจากการปฏิบัติงาน

**ค่าตอบแทนและสวัสดิการ** หมายถึง รายได้ต่อเดือน โบนัส หรือค่าตอบแทนอื่นๆ รวมทั้งสวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล สวัสดิการเครื่องแบบพนักงาน

**ความสำเร็จในการขายประกันชีวิต** หมายถึง ความสำเร็จจากความก้าวหน้า เช่น รางวัลตอบแทนจากมาตรฐานการปฏิบัติงานและการวัดผลงานประจำปี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved