บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำรงชีวิตในปัจจุบัน ปัจจัยหลัก คือ รายได้จะต้องเพียงพอสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการอุปโภค บริโภค และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่นๆ สำหรับครอบครัว เช่น การศึกษา ค่าใช้จ่ายสำหรับยามเจ็บป่วย ทุพพลภาพ หรือ ยามชรา ชีวิตมนุษย์ทุกคนย่อมจะต้องได้พบกับความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอน รวมถึงการสูญเสียความสามารถในการหารายได้ในการเลี้ยงชีพ อันได้แก่ อุปสรรคสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. การออกจากงานโดยกะทันหัน
2. อายุที่มากขึ้นเมื่อพ้นจากวัยทำงาน และมีรายจ่ายในยามชราที่เพิ่มสูงขึ้น
3. ความเสี่ยงต่อการการเกิดทุพพลภาพหรือพิการ ทำให้ไม่สามารถทำงานหาเงินเลี้ยงชีพได้
4. ความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตและทรัพย์สิน ของครอบครัว
5. การเจ็บป่วยด้วยโรคร้าย ภัยพิบัติ อันจะนำมาซึ่งภาระค่ารักษาพยาบาล

การสร้างหลักประกันที่มั่นคงแก่ชีวิต ทรัพย์สิน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นทุกวัน ซึ่งทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนนั้นได้ คือ การทำประกันชีวิต แม้ว่ายังมีประชาชนบางส่วนยังคงเห็นว่าการประกันภัยและประกันชีวิตยังเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นและคิดว่าประโยชน์จากการทำประกันภัยและประกันชีวิตไม่คุ้มกับเบี้ยประกันที่เสียไป การมีชีวิตที่ปราศจากสุขภาพและอนามัยที่สมบูรณ์ และการมีสภาพจิตใจที่ไม่ปกติ ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จากสถิติการเสียชีวิตด้วยโรคร้ายในประเทศไทย ของกระทรวงสาธารณสุข ในปี พ.ศ. 2552 พบว่า คนไทยเสียชีวิตด้วยโรคหัวใจเป็นอันดับ 1 นับวันจะพบว่าจำนวนผู้ป่วยที่เป็นโรคร้ายเหล่านี้กำลังเพิ่มขึ้นสิ่งที่ตามมา คือ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่สูง เกิดเป็นปัญหาหนี้สินครัวเรือนตามมาในที่สุด ธุรกิจการประกันภัยและประกันชีวิต จึงเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา สาเหตุเพราะความเสี่ยงต่างๆ ได้แก่ ภัยธรรมชาติ โรคภัยไข้เจ็บ ภาวะโลกร้อน ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม ความเสี่ยงของภาคธุรกิจและการเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รวมไปถึงความไม่แน่นอนของระบบเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้นจากระบบทุนนิยม ในศตวรรษที่ 20 ประชาชนจึงเริ่มตื่นตัวและให้ความสำคัญต่อการประกันภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อป้องกันความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเป็นบุคคล นิติบุคคล บริษัท ห้างร้าน ย่อมต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ มากมาย

ปัจจุบันช่องทางหนึ่งที่เป็นการเข้าถึงธุรกิจการประกันชีวิตที่กำลังเติบโตและมีการแข่งขันสูง ก็คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านทางสถาบันการเงิน ซึ่งก็คือ ธนาคารพาณิชย์ โดยที่การประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมาก ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งต่างมุ่งนำกลยุทธ์ต่างๆ ออกมาใช้เพื่อแย่งชิงโอกาสและความได้เปรียบ และช่วงชิงลูกค้า ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เนื่องจากธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจประเภทบริการ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ (Product) ของธนาคารแต่ละแห่งจึงไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักและยังสามารถลอกเลียนแบบกันได้ตลอดเวลาในเวลาอันรวดเร็ว แต่ที่แตกต่างกันก็คือ การให้บริการและความสะดวกรวดเร็ว ดังนั้นกลยุทธ์ที่ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งมุ่งเน้นนำมาใช้ก็คือ ทำอย่างไรจึงจะสร้างความแตกต่าง สร้างความโดดเด่น โดยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากที่สุด ได้รับบริการอย่างรวดเร็วที่สุด พึงพอใจมากที่สุด

บริการด้านการประกันชีวิต เป็นอีกหนึ่งบริการสำหรับลูกค้าของธนาคาร โดยเปิดบริการจัดจำหน่ายประกันชีวิตผ่านทางสาขาต่าง ๆ ของธนาคาร ซึ่งปัจจุบันมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ในรูปแบบที่เรียกว่า Bancassurance ซึ่งเป็นช่องทางบุกเบิกฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ เป็นความร่วมมือของธนาคารพาณิชย์ร่วมกับบริษัทประกันชีวิต ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มีลักษณะใกล้เคียงกับเงินฝากประจำระยะยาว ทำให้บริษัทประกันสามารถขยายฐานลูกค้าบางกลุ่มที่ตัวแทนประกันชีวิตเข้าไม่ถึง หรือให้ความเชื่อถือองค์กรเช่นธนาคารมากกว่าบุคคลที่เป็นตัวแทน ซึ่งการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์นี้ จะมีลักษณะพิเศษที่ทั้งสามฝ่ายคือ บริษัทประกันชีวิต ธนาคารพาณิชย์ และลูกค้า ต่างได้รับประโยชน์เต็มเม็ดเต็มหน่วย กล่าวคือ บริษัทประกันมีรายจ่ายจากค่าธรรมเนียมที่ให้กับธนาคารพาณิชย์ที่ขายประกันให้บริษัทในอัตราแตกต่างกันตามระยะเวลาที่เอาประกัน แต่สูงสุดไม่เกิน 40% ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรก ซึ่งทำให้บริษัทสามารถรับรู้รายจ่ายขั้นสูงที่แน่ชัด และนำมาคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับลูกค้าและอัตราเบี้ยประกันภัยที่เหมาะสมกับรายจ่ายดังกล่าว ขณะที่ธนาคารก็มีรายได้จาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าธรรมเนียม และลูกค้ามีโอกาสเลือกซื้อประกันแบบที่เข้าใจง่าย เน้นการออมทรัพย์ โดยได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และตัดคนกลางคือตัวแทนนายหน้าออกไป

ด้วยลักษณะพิเศษดังกล่าว ทำให้แบบประกันที่เสนอขายผ่านธนาคารพาณิชย์ แม้จะมีความคล้ายคลึงกับที่เสนอขายผ่านตัวแทนนายหน้า แต่ไม่เหมือนกันเสียทีเดียว ขณะที่การซื้อประกันชีวิตผ่านตัวแทนนายหน้า บริษัทประกันมีรายจ่ายให้กับคนกลางหรือตัวแทนนายหน้าในหลายระดับขั้นตามโครงสร้างของแต่ละบริษัท ทำให้มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่าการขายประกันผ่านธนาคาร และยากต่อการประเมินภาระค่าใช้จ่ายรวมที่แท้จริงต่อการขายกรมธรรม์แต่ละฉบับ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากระบบตัวแทนนายหน้า เป็นหัวใจสำคัญของงานขายประกันมาเป็นเวลานาน จึงทำให้ส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ของการขายประกัน จึงยังคงต้องพึ่งพาระบบตัวแทนนายหน้าเป็นหลักต่อไป

สำหรับการขายประกันผ่านธนาคารพาณิชย์ กล่าวได้ว่าเป็นช่องทางใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นเมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมานี้ แต่ก็กลายเป็นทางเลือกใหม่ที่เป็นที่รู้จักในเวลาอันรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากส่วนแบ่งการตลาดของช่องทางการขายนี้ที่ตามมาในลำดับสอง รองจากการขายผ่านตัวแทนนายหน้า เทียบกับช่องทางการขายอื่นที่มีมานานกว่าแต่ไม่ได้รับความนิยม เช่น ไม่ว่าจะเป็นการขายผ่านไปรษณีย์ การขายทางโทรศัพท์ หรือ direct mail เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลสถิติของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ประมาณการณ์ปริมาณธุรกิจผ่าน Bancassurance ในปี 2550 น่าจะมีจำนวนรวมประมาณ 30,000-31,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2549 ประมาณ 60% โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ที่ 10.8% เป็นประมาณ 15% ของเบี้ยประกันภัยรับตรงรวมทุกช่องทางการขาย แบ่งเป็นเบี้ยปีแรกประมาณ 20,000 ล้านบาท (ในจำนวนนี้เป็นกรมธรรม์ประเภทสามัญประมาณ 10,000 ล้านบาท และกรมธรรม์ประเภทกลุ่มประมาณ 10,000 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการประกันสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (Mortgage Reducing Term Assurance:MRTA)) รวมกับเบี้ยปีต่อไปประมาณ 10,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

ในส่วนของผู้บริโภคนั้นประโยชน์ที่จะได้รับนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบของกรมธรรม์ จะมีหลายรูปแบบและตั้งชื่อเป็นนามเฉพาะของแต่ละบริษัท ทุกรูปแบบพร้อมอัตราเบี้ยประกันภัยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต (อธิบดีกรมการประกันภัย)
ก่อนจะนำเสนอขายแก่ประชาชน แต่โดยหลักวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นกรมธรรม์รูปแบบใดหรือชื่ออะไรก็ตาม จะอยู่ภายใต้แบบของการประกันชีวิตรวม 4 แบบคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. แบบชั่วระยะเวลา ให้ความคุ้มครองในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ โดยบริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้นั้น

2. แบบตลอดชีพ บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนเงินเอาประกันภัย ให้ผู้รับประโยชน์ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต ไม่ว่าจะเสียชีวิตเมื่อใดก็ตาม

3. แบบสะสมทรัพย์ บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนที่เอาประกันภัยไว้ ให้แก่ผู้รับประโยชน์ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ หรือจ่ายเงินเอาประกันชีวิตให้แก่ผู้เอาประกันภัยในกรณีที่มีชีวิตอยู่รอดพ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้

4. แบบเงินได้ประจำ บริษัทจะจ่ายเงินได้ประจำ หรือเงินบำนาญให้แก่ผู้เอาประกันภัย โดยเริ่มจ่ายตั้งแต่วันที่ผู้เอาประกันภัยไม่สามารถประกอบอาชีพได้ตามปกติเนื่องจากความชรา ไปจนถึงวันที่กำหนดไว้ (อาจเป็นชั่วระยะเวลาหนึ่ง หรือตลอดอายุก็ได้)

ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการประกันชีวิต เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคอย่างหลากหลาย โดยมีบริษัทต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 รายชื่อบริษัทประกันชีวิตที่เปิดดำเนินการในประเทศไทย

รายชื่อบริษัทประกันชีวิตที่เปิดดำเนินการในประเทศไทย	
1. อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.	16. โตเกียวมารีนประกันชีวิต
2. อาคเนย์ ประกันชีวิต	17. เจนเนอราลี ประกันชีวิต
3. อินเตอร์ไลฟ์จอนห์แฮนคอค	18. บางกอกสหประกันชีวิต
4. แมกซ์ประกันชีวิต	19. แอดวานซ์ ไลฟ์ แอดชัวรันส์
5. กรุงเทพประกันชีวิต	20. อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์
6. สยามซัมซุงประกันชีวิต	21. ไทยสมุทรประกันชีวิต
7. สหประกันชีวิต	22. มิลเลียไลฟ์อินชัวรันส์
8. ฟินันซ่าประกันชีวิต	23. แอ๊ดวานซ์ แอ็มแอลซี แอสชัวรันส์
9. กรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต	24. ไทยประกันชีวิต
10. สยามประกันชีวิต	25. เมืองไทยประกันชีวิต
11. พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์	26. ไอเอ็นจี เอ็ทน่า โอสถสภาประกันชีวิต
12. แมนูไลฟ์ ประกันชีวิต	27. เอช ไลฟ์
13. ไทยรีประกันชีวิต	28. ไทยพาณิชย์นิวยอร์คไลฟ์
14. ไทยคาร์ดีฟ ประกันชีวิต	29. ธนชาติ ซูริคประกันชีวิต
15. ประกันชีวิตนครหลวงไทย	30. ที พี ไอ ประกันชีวิต

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) สมาคมประกันชีวิตไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในส่วนของ ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ก็มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ bancassurance แก่ลูกค้า โดยบริการด้านการประกันชีวิต เป็นอีกหนึ่งบริการสำหรับลูกค้าของธนาคาร โดยการดำเนินการของ กรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต เป็นการร่วมทุนกันระหว่างธนาคารกรุงไทย กับ กลุ่มแอกซ่า เป็นกลุ่มธุรกิจประกันชีวิตและสุขภาพอันดับ 1 ของโลกด้านรายได้ มีเครือข่ายครอบคลุมกว่า 60 ประเทศทั่วโลก โดย ธนาคารกรุงไทย ถือหุ้น 50% โดยเปิดบริการจัดจำหน่ายประกันชีวิตผ่านทางสาขาต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทยทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยมี ที่ปรึกษาวางแผนทางการเงิน (Financial PlanningConsultant – FPC) ซึ่งเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ที่ผ่านการฝึกอบรมด้านการวางแผนทางการเงินเป็นอย่างดี มาคอยทำหน้าที่ให้บริการแนะนำ และวางแผนทางการเงินแก่ลูกค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น วิเคราะห์ความจำเป็นทางการเงินของลูกค้าแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ดังแสดงในตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มการทำประกันชีวิตมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของประกันชีวิตที่มีต่อผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่เพิ่มความสำคัญมากขึ้น

ตารางที่ 2 ข้อมูลของธุรกิจประกันชีวิต ปี 2545 - 2550

ข้อมูลธุรกิจประกันชีวิต	2545	2546	2547	2548	2549	2550
จำนวนกรมธรรม์ (ล้านกรมธรรม์)	9.00	9.66	10.38	11.18	12.08	13.09
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	7.56	7.81	7.45	7.71	8.05	8.36
จำนวนตัวแทน (แสนคน)	3.66	4.38	2.29	2.67	2.93	3.85
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	11.25	19.67	-47.72	16.59	9.74	31.40
เบี้ยประกันรับโดยตรง (พันล้านบาท)	115.52	133.35	151.31	166.83	173.71	201.94
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	22.42	15.44	13.47	10.26	4.13	16.26
เงินจ่ายตามกรมธรรม์ (พันล้านบาท)	36.43	39.77	49.13	57.00	71.14	74.04
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	5.41	9.17	23.54	16.02	24.81	4.08

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

ส่วนจังหวัดพะเยา การทำประกันชีวิตมีแนวโน้มเพิ่มมากขึนเรื่อยๆ ทังจำนวนผู้ถือกรมธรรม์และมูลค่าของเบี้ยประกันที่ผู้บริโภคซื้อกรมธรรม์ โดยมีอัตราส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 3 ที่แสดงถึงผลการรับประกันชีวิตของจังหวัดพะเยา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงผลการรับประกันชีวิตของจังหวัดพะเยารวมทุกประเภท (ปี 2543-2550)

หน่วย : 1,000 บาท

ปี	จำนวนกรมธรรม์ที่มีผลบังคับ (ราย)	จำนวนประชากร (คน)	อัตราผู้ถือกรมธรรม์ต่อประชากร	จำนวนเงินเอาประกันภัย	เบี้ยประกันภัยรับทั้งสิ้น	เงินที่จ่ายตามกรมธรรม์
2543	39,847	511,616	7.79	6,343,539	196,946	71,400
2544	40,381	509,075	7.93	4,776,179	243,176	74,589
2545	47,639	508,554	9.37	5,394,321	300,244	66,690
2546	52,688	501,509	10.51	5,883,054	341,110	64,827
2547	84,074	488,343	17.22	10,579,656	654,679	239,363
2548	101,923	486,889	20.93	13,623,169	794,786	254,345
2549	116,853	486,219	24.03	15,946,595	805,190	322,273
2550	129,762	486,579	26.67	20,413,139	1,033,231	307,006

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

ในจังหวัดพะเยามีสถาบันการเงิน(ธนาคารพาณิชย์) ที่เปิดดำเนินการอยู่หลากหลายแห่ง ซึ่งต่างก็มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ bancassurance แก่ผู้บริโภคในหลายรูปแบบเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค ตามแต่ความต้องการและเหมาะสมของแต่ละบุคคล ซึ่ง ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยาก็ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ bancassurance แก่ผู้บริโภคภายใต้ความร่วมมือของ กรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต เช่นกัน ซึ่งในบทบาทของการเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ที่ต้องสนองนโยบายของรัฐในการบริการประชาชนและเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการในเชิงธุรกิจ ที่ต้องแข่งขันกับสถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ อื่นๆ ด้วย ซึ่งผลประกอบการในปัจจุบันนั้นได้รวมไปถึงผลการดำเนินการของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ bancassurance ด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นเป้าหมายหนึ่งที่ได้รับมอบหมายในการดำเนินธุรกิจ

การแข่งขันของสถาบันการเงินที่ต่างก็มีผลิตภัณฑ์ bancassurance ซึ่งมีการแข่งขันกันสูงและรุนแรงมากขึ้นในการขยายกลุ่มลูกค้า ในขณะเดียวกัน ผลตอบแทนจากการออมเงินอย่างเดียวเริ่มลดน้อยลงและการเริ่มเข้ามามีบทบาทของ พรบ. คุ้มครองเงินฝาก ผลประโยชน์ต่างๆ ทั้ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทางภาษีและผลตอบแทนที่มากกว่า เป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค เลือกตัดสินใจที่จะออมเงินในรูปแบบต่างๆ เช่นในลักษณะการทำประกันชีวิตก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง และจากการที่มีอยู่มากมายของผลิตภัณฑ์ bancassurance ก็เป็นทางเลือกของผู้บริโภคที่จะเลือกผลิตภัณฑ์ของรายใดก็ได้ แล้วในบรรดาตัวเลือกที่หลากหลายนั้น ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจเลือกและไว้ใจใช้ผลิตภัณฑ์ของ กรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จึงเป็นที่มาของการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ในครั้งนี้ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษา ไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและวางแผนการดำเนินงานต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของธนาคารต่อไป ในการวางแผนเพื่อขยายกลุ่มลูกค้า และพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการให้ดียิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารจะทำการศึกษาจากลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา ที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต ที่มีช่องทางการจำหน่ายผ่านทางสาขาของ ธนาคารกรุงไทย โดยศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้ ปัจจัยที่มีอิทธิพล และความพึงพอใจ ที่มีต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.5 นิยามศัพท์

ประเภทของแบบประกัน

10EC **กรุงไทยทวีสุข** เป็นการประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ระยะสั้นที่ให้ผลตอบแทนสูง ให้ความคุ้มครอง 10 ปีโดยชำระเบี้ยประกันเพียง 6 ปี ให้ความคุ้มครองชีวิต ตามจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือมูลค่าเวนคืนเงินสด หรือเบี้ยประกันของกรมธรรม์หลักที่ชำระมาแล้วทั้งหมดแล้วแต่จำนวนใดมากกว่า และได้รับเงินจ่ายคืนตามกรมธรรม์ทุกปี ในอัตราปีละ 2% ของจำนวนเงินเอาประกันภัยตลอดอายุสัญญา และรับเงินครบกำหนดสัญญา 180% ณ วันครบสัญญา

PR60 **กรุงไทยสินเกษียณ** เป็นการประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ระยะยาว โดยได้รับความคุ้มครองชีวิตตลอดสัญญาตามจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือมูลค่าเวนคืนเงินสดแล้วแต่จำนวนใดมากกว่า โดยชำระเบี้ยประกันนับแต่วันทำสัญญาจนถึงอายุ 60 ปี โดยได้รับเงินคืนทุกปี 0.1% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย และเพิ่มขึ้นทุกปีด้วยอัตราปีละ 0.1% ไปจนถึง 1% จนครบกำหนดสัญญา

20SS **กรุงไทยสินเพิ่มพูน** เป็นการประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ที่ชำระเบี้ยประกันเพียง 20 ปี เบี้ยประกันคงที่ในอัตราที่เท่ากันทุกกรณี ให้ความคุ้มครองชีวิตตลอดอายุสัญญา ตามจำนวนเงินเอาประกันภัยหรือมูลค่าเวนคืนเงินสดแล้วแต่จำนวนใดมากกว่าและได้รับเงินจ่ายคืนตามกรมธรรม์ทุกๆ 3 ปี และได้รับเงินคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา

25PG **กรุงไทยทวีทรัพย์** เป็นการประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ที่ชำระเบี้ยประกัน 25 ปีให้ความคุ้มครองชีวิตที่เพิ่มขึ้น 10% ของจำนวนเงินเอาประกันภัยเริ่มต้นทุก 5 ปี หรือมูลค่าเวนคืนเงินสด แล้วแต่จำนวนใดจะมากกว่า และรับเงินจ่ายคืนตามกรมธรรม์ที่เพิ่มขึ้น 0.5% ทุกๆ 5 ปี รวมทั้งสิ้น 35% และรับเงินคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา

แบบประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ,MRTA เป็นแบบประกันสำหรับผู้ได้รับอนุมัติสินเชื่อจาก ธนาคารกรุงไทย ที่ให้ความคุ้มครองโดยเป็นการปลดเปลื้องภาระหนี้สิน ทั้งหมดในกรณีเสียชีวิตหรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง เต็มจำนวนของวงเงินกู้ ในระยะเวลาคุ้มครอง 30 ปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved