

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ได้มีการปิดตัวลงของ 56 บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ และธนาคารบางแห่ง ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยประสบภาวะตกต่ำ ค่าเงินบาทลอยตัว พนักงานถูกปลดออกจากงานเป็นจำนวนมาก บริษัทต่าง ๆ ประสบภาวะขาดทุน หรือล้มละลาย เป็นเหตุให้จำนวนคนว่างงานของประเทศอยู่ในอัตราที่สูง ภาครัฐเป็นหนี้เงินกู้ต่างชาติ ทำให้ประชาชนทั่วไปให้ความสำคัญกับการประหยัด อดออม และไม่ใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น (บรรยง วิทยวีรศักดิ์, 2546)

ประชาชนทั่วไปหันมาสนใจเรียนรู้หลักการ และวิธีการ เพื่อที่จะใช้เงินของตนให้เกิดประโยชน์สูงสุด กู้ยืมที่ต่ำที่สุด หรือให้เงินสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยตัวของมันเองด้วยกระบวนการที่มีอยู่ในระบบ เช่น ฝากเงินไว้กับธนาคาร เพื่อได้ดอกเบี้ยเงินฝาก ซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ซื้อกองทุนรวม ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ซื้อตั๋วเงินฝาก หรือสลากออมสิน ซึ่งแต่เดิมการเก็บออมเงินระยะยาว (Long-term Saving) นั้น ส่วนใหญ่นิยมใช้การฝากธนาคาร เนื่องจากได้รับผลตอบแทนในอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่า ร้อยละ 15 แต่ทันทีที่ประเทศไทยประสบกับภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ ซึ่งส่งผลให้ธนาคารต่างทยอยกันลดอัตราผลตอบแทนดอกเบี้ยเงินฝากลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้การเก็บออมเงินด้วยสินค้าทางการเงินอื่น ๆ มีความสำคัญมากขึ้นในตลาดเงิน และหนึ่งในนั้นคือ การเก็บออมเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพราะผู้เอาประกันสามารถใช้เงินของตนเองได้เมื่อครบอายุสัญญา โดยประเภทของการประกันแบบสะสมทรัพย์จะมีให้เลือกมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ที่ต้องการมีเงินเก็บระยะยาวเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ (โสภณ คำนศิริกุล, 2545)

ปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น รัฐบาลมีนโยบายต่าง ๆ ออกมากระตุ้นเศรษฐกิจทั้งระบบ เพื่อให้เกิดสภาพคล่อง มีการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของภาคประชาชน แทนที่จะฝากเงินอยู่ในธนาคารเฉย ๆ รัฐบาลได้ออกโครงการต่าง ๆ ในรูปแบบของกองทุนรวมเพื่อให้เงินฝากของประชาชนที่มีอยู่ในธนาคารงั้นระบบนี้ เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ทั่วโลก มีแนวโน้มปรับลดลงทั่วโลก จนกระทั่งมีกระแสที่อัตราดอกเบี้ยจะเป็น 0 หรือ ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการฝากเงินให้กับธนาคาร ซึ่งในส่วนของประเทศไทยทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำและออมทรัพย์ได้ปรับลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 1 - 2.5% (วิทยา ขาญพานิช, 2546) ดังนั้น การออมเงินกับธุรกิจการประกันชีวิต จึงน่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มี

ความน่าสนใจในรูปแบบการออมเงินของประชาชนทั่วไป ที่จะเพิ่มมูลค่าทางการเงิน และทางเลือกของการออมให้กับผู้เอาประกัน และกลุ่มบุคคลที่สนใจได้เช่นกัน ทั้งนี้ เพราะมีการจ่ายผลตอบแทนที่แน่นอน และมีความเสี่ยงต่ำ และจากสถิติของการทำประกันชีวิตสองปีที่ผ่านมาโดยการรวบรวมของกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตเพิ่มขึ้นทั้งระบบ กล่าวคือ มีปริมาณผู้ทำประกันชีวิตเพิ่มขึ้นจากเดิมคือร้อยละ 13 เป็นร้อยละ 17 (กรมการประกันภัย, 2546: ออนไลน์) ซึ่งมีหลายกระแสที่มองเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารที่ลดลงนั้นน่าจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจทำประกันชีวิตในรูปแบบการประกันแบบสะสมทรัพย์มากขึ้น

ประเด็นสำคัญที่ทำให้การออมเงินกับการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ การประกันชีวิตรูปแบบใหม่ที่เป็นการควบคู่ไปกับการลงทุนหรือที่เรียกว่า ยูนิเวอร์แซล โกลีฟ ซึ่งบริษัทผู้รับประกันมีสัญญาที่จะต้องแบ่งผลประโยชน์ส่วนเกินจากการลงทุนให้กับลูกค้าตามเงื่อนไขกรมธรรม์แต่ละฉบับที่ระบุไว้ ดังนั้นประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์จึงเป็น สินค้าที่แต่ละบริษัทให้ความสำคัญเป็นพิเศษ และต่างเล็งเห็นว่าการนำเสนอสินค้าใหม่ในกลุ่มลูกค้าเดิมนั้นมีแนวโน้มของผลสำเร็จจากการขายที่สูงกว่า การนำเสนอกับผู้ที่ยังไม่ได้เป็นลูกค้า

สำหรับในปัจจุบันประเทศไทยของเรามีบริษัทประกันชีวิตที่จดทะเบียนแล้วรวมทั้งสิ้น 25 บริษัท ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดของเบี้ยประกันรับโดยตรงของแต่ละบริษัท ในเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2547 ดังนี้ คือ

ลำดับที่	บริษัท	เบี้ยประกันรับ(ตามัญ)	%
1	อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์	34,840,978	48.97
2	ไทยประกันชีวิต	10,939,031	15.38
3	อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.	9,956,495	13.99
4	กรุงเทพประกันชีวิต	4,951,837	6.96
5	เมืองไทยประกันชีวิต	3,765,898	5.29
6	ไทยพาณิชย์นิวยอร์กโกลีฟ	2,016,621	2.83
7	ไอเอ็นจี ประกันชีวิต	836,528	1.18
8	ฟินันซ่าประกันชีวิต	824,104	1.16

ลำดับที่	บริษัท	ประเภทสามัญ	%
9	อากเนย์ประกันชีวิต	651,263	0.92
10	กรุงไทย-แอกซ่า	558,913	0.79
11	แมกซ์ ประกันชีวิต	431,002	0.61
12	พรุเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์	371,446	0.52
13	ไทยสมุทรประกันชีวิต	367,511	0.52
14	อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค	272,592	0.38
15	เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต	112,328	0.16
16	สยามซัมซุงประกันชีวิต	64,870	0.09
17	สยามประกันชีวิต	61,730	0.09
18	มิลเลียไลฟ์ อินชัวร์นส์	47,980	0.07
19	แอ็ควานซ์ เอ็มแอลซี	23,998	0.03
20	เอช ไลฟ์ แอสชัวร์นส์	23,925	0.03
21	ธนาทิสวีทช์ประกันชีวิต	13,810	0.02
22	สหประกันชีวิต	6,966	0.01
23	ไทยคาร์คิฟ ประกันชีวิต	4,046	0.01
24	ทีพีไอประกันชีวิต	3,782	0.01
25	อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต	0	0.00
	รวม	71,147,654	100.0

จากรายงานข้างต้น บริษัทประกันชีวิต 25 บริษัทนี้ ได้วางทรัพย์สินสำหรับเป็นเงินสำรองประกันภัยตามกรมธรรม์ประกันชีวิตไว้กับการกรรมการประกันภัยครั้งปีแรก 2547 เป็นจำนวน 79,763.78 ล้านบาท เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงต่อผู้เอาประกัน ซึ่งการจัดสรรเบี้ยประกันภัยไว้เป็นเงินสำรองประกันภัยนี้ เพื่อเตรียมไว้จ่ายเงินให้แก่ผู้เอาประกันชีวิต หรือผู้รับประโยชน์ในอนาคต ตามกฎหมายกำหนดให้บริษัทจะต้องนำเงินสำรองประกันภัยมาวางไว้เป็นมูลค่าร้อยละ 25 ของเงินสำรองประกันภัย(กรมการประกันภัย, 2547: ออนไลน์)

ดังนั้น จึงเห็นว่าธุรกิจประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ การเพิ่มศักยภาพของตัวแทน และการเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพของบริษัทจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในธุรกิจที่กำลังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นนี้

อนึ่ง หน่วยเพชรนครพิงค์ 50 บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด อยู่ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้รับการแต่งตั้งเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2546 โดยเป็นหน่วยงานที่แยกสายงานการบริหารมาจากภาคเพชรนครพิงค์ จากการดำเนินงานจนถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2546 มีจำนวนลูกค้ารวมทั้งสิ้น 210 ราย จำแนกเป็นลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ 87 ราย และมีอัตราการเพิ่มของการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่ต่ำกว่าเป้าหมายซึ่งไม่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทที่ต้องการขยายตลาดจากฐานลูกค้าเดิมของแต่ละหน่วยงานให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 80 ของกลุ่มลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีทั้งหมดของหน่วยงาน และปัจจุบันหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 สามารถขยายตลาดได้ตามนโยบายนี้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 58 ของกลุ่มลูกค้าที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ที่มีทั้งหมดของหน่วยงาน ซึ่งต่ำกว่ามาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้

ดังนั้น จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ทั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปประกอบการบริหารงานขาย และการขยายตลาดโครงการประกันชีวิตของตัวแทนประกันชีวิต หน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของลูกค้าหน่วยเพชรนครพิงค์ 50 ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด
2. เป็นแนวทางสำหรับพัฒนา ปรับปรุง และขยายตลาดของกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต รวมถึงจัดสรรรูปแบบโครงการประกันชีวิตที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ หมายถึง ปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและถึงระดับอื่น ๆ ลักษณะของลูกค้ำและกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้ำ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสภาวะทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดของภาครัฐ

การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ หมายถึง กรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีการกำหนดระยะเวลาของสัญญาที่แน่นอน ถ้าผู้เอาประกันอยู่จนครบสัญญาจะได้รับเงินตามวงเงินที่เอาประกันไว้พร้อมผลประโยชน์ตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ แต่ถ้าหากเสียชีวิตลงในระยะที่สัญญามีผลบังคับ ผู้รับประโยชน์จะเป็นบุคคลที่รับเงินที่เอาประกันจากบริษัท นอกจากประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ยังมีการจ่ายเงินให้ตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ในระหว่างสัญญา เช่น การคืนเงินร้อยละสิบของวงเงินเอาประกัน ในการครบรอบกรมธรรม์ ทุก ๆ รอบ 3 ปี

หน่วยงานเพชรนครพิงค์ 50 บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด หมายถึง หน่วยงานให้บริการประกันชีวิตหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งอยู่ในบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตพื้นที่ให้บริการประจำสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved