

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

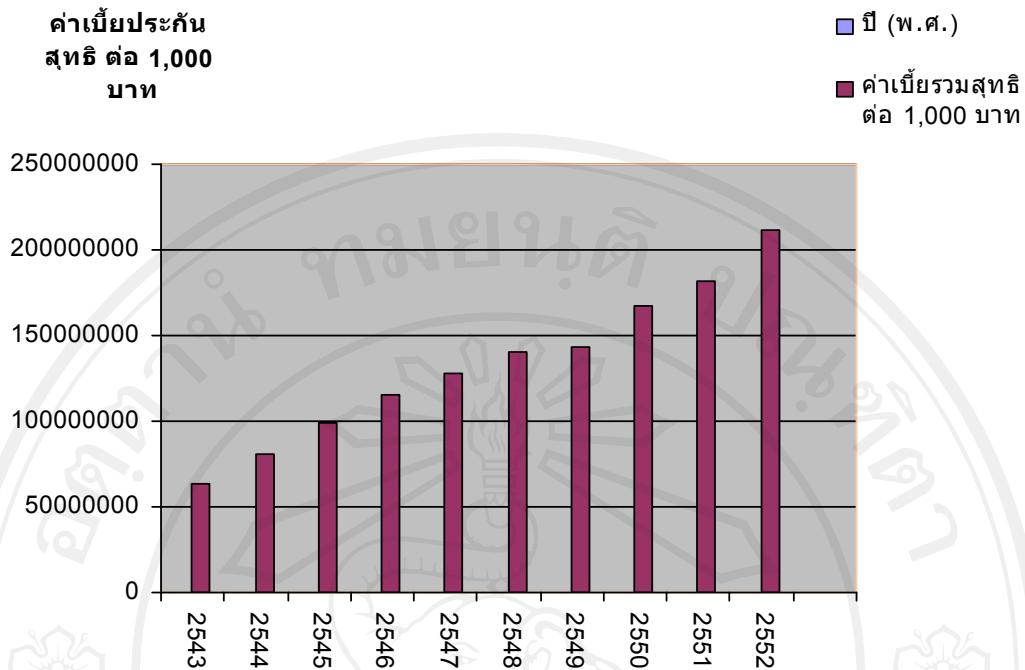
เนื่องจากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบันส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับการเสี่ยงภัยอยู่ตลอดเวลาเป็นภัยที่เกิดจากธรรมชาติ หรือเกิดจากการกระทำของมนุษย์ด้วยกัน ซึ่งบางครั้งก็ไม่สามารถป้องกันหรือหลีกเลี่ยงได้ จนอาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันโอกาสที่เราจะเจอความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตบาดเจ็บ จนถึงทุพพลภาพนั้นย่อมมี และไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าภัยจะเกิดขึ้นแก่ตนเองหรือครอบครัวของตนเมื่อใด

ดังนั้นการสร้างหลักประกันที่มั่นคงให้กับชีวิตและทรัพย์สินเป็นเรื่องสำคัญเพิ่มขึ้นทุกวัน ซึ่งทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนนั้นได้ คือ การทำประกันชีวิต เนื่องจากความเสี่ยงทางด้านต่างได้แก่ โรคภัยไข้เจ็บ ภัยธรรมชาติ ภาวะโลกร้อน ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเสี่ยงของภาคธุรกิจ การเมือง รวมถึงความไม่แน่นอนของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ประชาชนเริ่มตื่นตัวและให้ความสำคัญ ต่อการประกันภัยมากขึ้น เพื่อป้องกันความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งบุคคลทั่วไปและนิติบุคคลย่อมเผชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้

ในภาวะปัจจุบันปัจจัยหลักของมนุษย์ทุกคน คือรายได้และจะต้องเพียงพอสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคและค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่น ๆ สำหรับครอบครัว เช่นการศึกษา ค่าใช้จ่ายยามเจ็บป่วย ทุพพลภาพ หรือยามชรา การที่มนุษย์ทุกคนต้องพบกับความเสี่ยงกันด้านต่าง ๆ และความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น รวมถึงการสูญเสียรายได้ในการเลี้ยงชีพ อันได้แก่อุปสรรค 5 ประการคือ

1. การออกจากงานโดยกะทันหัน
2. อายุที่มากขึ้นเมื่อพ้นจากวัยทำงาน และมีรายจ่ายยามชราที่เพิ่มสูงขึ้น
3. ความเสี่ยงต่อการเกิดทุพพลภาพหรือพิการ ทำให้ไม่สามารถทำงานเลี้ยงชีพได้
4. ความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตและทรัพย์สิน ของครอบครัว
5. ความเจ็บป่วยด้วยโรคภัย ภัยพิบัติ อันนำมาซึ่งภาระค่ารักษาพยาบาล

โดยในปัจจุบันการทำประกันชีวิตจึง เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มผู้มีรายได้ทุกสาขาอาชีพ ดังเห็นได้ในภาพที่ 1 ที่แสดงการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของการทำประกันชีวิตของคนไทย



ภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วน การทำประกันชีวิตของคนไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – 2554
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

ธุรกิจประกันชีวิตเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากจะช่วยให้ประโยชน์แก่ผู้ทำประกัน ในด้านของความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินโดยตรง การประกันชีวิตยังมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติอีกด้วย ในแง่ของการออมและการลงทุนเพราะถือว่าบริษัทประกันชีวิตเป็นแหล่งระดมเงินทุนระยะยาว ช่วยสร้างงานให้กับประชาชนในสังคม ทำให้เกิดการจ้างงานและสามารถช่วยลดอัตราการว่างงานได้

ธนาคารพาณิชย์เริ่มมีบทบาทในการทำธุรกิจประกันชีวิต เพราะจากการประกอบธุรกิจประกันชีวิตมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงภาวะอัตราดอกเบี้ยที่มีความผันผวน และระดับอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้การทำประกันชีวิตเป็นอีกทางเลือกที่สำคัญในการออมเงินของประชาชน ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เริ่มมีการแข่งขันการทำตลาด ในการระดมเงินทุน เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย ให้กับธนาคารอีกด้วย

ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ด้านประกันชีวิต โดยมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ SCB Life + ครั้งแรกเมื่อ ปี พ.ศ. 2543 และได้มีการร่วมทุนจากบริษัท นิวออร์คไลฟ์ประกันชีวิต และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บมจ. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต ธนาคารได้ให้ความสำคัญกับการบริการด้านประกันชีวิต (Branchcassurance) โดยนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับ

ความต้องการของลูกค้า และความจำเป็นของลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์อันดี เรื่อยมา เพื่อมุ่งหวังเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารและใน เดือน 16 กุมภาพันธ์ 2554 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชนได้ทำการซื้อหุ้นจาก บริษัท นิวออร์คไลฟ์ประกันชีวิต ทั้งหมด 94.66% และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บมจ.ไทยพาณิชย์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและความสำคัญของการบริการด้านประกันชีวิต ของธนาคาร และธนาคารได้มีการวางแผนกลยุทธ์ที่จะเสนอขายผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ทั้งการออกผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบใหม่เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม โดยมีการรับนโยบาย และเป้าหมาย ผ่านสาขาต่าง ๆ ของธนาคาร

(<http://www.ryt9.com>)

ในส่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอ เมืองเชียงใหม่ เศรษฐกิจมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีความหลากหลายด้านประชากร และได้เปิดให้บริการทั้งหมด 24 สาขา เพื่อรองรับความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนของผู้ซื้อประกันเพิ่มขึ้นทุกปี

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2549 – 2553

ปี พ.ศ.	จำนวนลูกค้า (ราย)	ค่าเบี้ยประกัน (ล้านบาท)
2549	728	93.25
2550	923	187.34
2551	1,238	204.25
2552	2,102	425.12
2553	2,437	532.28

ที่มา : สำนักงานเขตพื้นที่ท่าแพ เขต 8 ธนาคารไทยพาณิชย์

จากตารางแสดงให้เห็นถึงจำนวนลูกค้าที่ซื้อบริการด้านประกันชีวิต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ ปี 2549–2553 ธนาคารจึงให้ความสำคัญที่จะให้บริการ ผลิตภัณฑ์การประกันชีวิตเป็นอย่างมาก โดยวางแผนนโยบาย ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ารวมถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ ผ่านระบบ ธนาคารแบบสาขาซึ่งปัจจุบันธนาคารไทยพาณิชย์ มีสาขาทั้งหมด 1,049 ทั่วประเทศ (<http://www.scb.co.th>) รวมถึงทางด้านลูกค้า ที่เลือกซื้อบริการประกันชีวิตกับธนาคาร มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ สังกัดเขตพื้นที่
ท่าแพ (Area 8) กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นหน่วยงานราชการ ขนาดใหญ่เช่น โรงพยาบาล ,
สถาบันวิจัยรวมถึง สถาบันการศึกษาที่สำคัญทางการแพทย์ของรัฐบาล จะเห็นได้ว่าลูกค้ากลุ่ม
ดังกล่าว ประกอบไปด้วย แพทย์วิชาชีพ ,พยาบาล , พนักงานของรัฐบาล ,ลูกจ้างชั่วคราวของรัฐบาล
,นักวิจัย, และ อาจารย์ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพสูง

จากนโยบายของรัฐบาล ที่ให้สิทธิในการลดหย่อนภาษี ตามประกาศอธิบดีกรมสรรพากร
เกี่ยวกับภาษีเงินได้ ฉบับที่ (172) โดยสามารถนำเบี้ยประกันชีวิต เพื่อใช้สิทธิลดหย่อนภาษี โดยการ
ยื่นแบบ เสียภาษี ภ.ด.ง. 90 /91 สูงสุด 100,000 บาท จากกรมธรรม์ประกันชีวิต ที่เริ่มทำก่อน
1 ม.ค. ของทุกปี และมีเบี้ยประกันภัย กรมธรรม์ประกันชีวิต ที่มีระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ใช้สิทธิหัก
ภาษีได้ตามที่ชำระจริง รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่มีเงินออม และมีความต้องการลงทุน ผ่านระบบประกัน
ของธนาคาร ซึ่งมีความมั่นคง และให้ผลตอบแทนสูง เพื่อชดเชยภาวะค่าเงินเฟ้อ ที่สูงขึ้นในปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนลูกค้าและมูลค่าเบี้ยประกันของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ประกันชีวิตของ
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ณ ปี 2553

ลำดับ	สาขา	จำนวนลูกค้า (ราย)	เบี้ยประกัน(ล้านบาท)
1	คณะแพทยศาสตร์เชียงใหม่	328	102.28
2	ท่าแพ	309	97.32
3	บิกซี หางดง	215	87.24
4	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	205	70.43
5	ถนนนิมมานเหมินท์ (เชียงใหม่)	101	50.37
6	ประตูช้างเผือก	132	30.29
7	ประตูเชียงใหม่	122	15.76
8	มิโชค (เชียงใหม่)	78	12.67
9	ศรีนครพิงค์	89	10.21
10	สี่แยกสนามบินเชียงใหม่	65	9.50
11	สี่แยกสันกำแพง (หนองป่าครั่ง)	84	9.12
12	สี่แยกหนองหอย (เชียงใหม่)	62	8.71
13	เซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่	102	8.25
14	เทสโก้ โลตัส หางดง (เชียงใหม่)	72	7.53
15	เทสโก้ โลตัส เชียงใหม่-กาดคำเที่ยง	58	7.32
16	โรงพยาบาลแมคคอร์มิค (เชียงใหม่)	77	5.28
17	กาดสวนแก้ว (เชียงใหม่)	52	5.14
18	ตลาดสมเพชร (เชียงใหม่)	57	4.32
19	ถนนช้างคลาน (เชียงใหม่)	30	4.28
20	ถนนเมืองสมุทร (เชียงใหม่)	43	3.34
21	ถนนโชตนา (เชียงใหม่)	48	3.12
22	บิกซี เชียงใหม่	36	2.89
23	ประตูท่าแพ	41	2.57
24	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	31	2.45
	รวม	2,437	532.28

ที่มา : สำนักงานเขตพื้นที่ท่าแพ

จากตารางแสดงให้เห็นถึง จำนวนลูกค้า ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านประกันชีวิต จากธนาคาร ไทยพาณิชย์สาขาคณะแพทยศาสตร์ มากเป็นอันดับที่ 1 ของจังหวัดเชียงใหม่ จึงต้องการศึกษาถึง อุปสงค์ของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตของธนาคารที่สาขานี้

เพื่อสามารถทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และนำไปเป็นข้อเสนอแนะในการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ด้านประกันชีวิตของธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ให้สามารถ แข่งขัน กับ บริษัทประกันชีวิตโดยตรงและธนาคารคู่แข่งต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ทั่วไปดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปโครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมของลูกค้า ต่อผลิตภัณฑ์ประกัน ชีวิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ ของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่
3. หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างอุปสงค์ และพฤติกรรมของลูกค้า ต่อ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ผลิตภัณฑ์ ประกันชีวิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มากำหนดแนวทางการ วางแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ธนาคารอื่นๆ เพื่อให้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์เพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง
3. ลูกค้าธนาคาร เนื่องจากผลวิจัยในครั้งนี้ ธนาคารสามารถกำหนดแผนการปรับปรุงการ ดำเนินการด้านการตลาด การเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าและ ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
4. หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึง บริษัทประกันชีวิต ได้ทราบถึง ความต้องการที่แท้จริง ของ ผู้บริโภค เพื่อนำไป ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม เพื่อสามารถแข่งขัน กับ ธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ อย่างเหมาะสม
5. หน่วยงานภาครัฐบาล เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าว มาวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจใน ปัจจุบัน และกำหนดแนวนโยบาย เพื่อให้เกิดความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

6. นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนประชาชนผู้สนใจทั่วไปได้รับความรู้ ความเข้าใจใน ด้านปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต และนำแนวทางไปประยุกต์ใช้ในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัยดังนี้

การศึกษานี้ทำในลักษณะการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) แบบการศึกษา ภาคตัดขวาง (Cross – Sectional Studies) ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือของการศึกษา โดยที่ประชากรเป้าหมายของการศึกษา ได้แก่ลูกค้ากลุ่มซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านธนาคารไทยพาณิชย์สาขาคณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลของการศึกษานี้รวบรวมจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย 1,221 รายโดยวิธีการสุ่ม ตัวอย่างซึ่ง กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างจะถูกนำไปวิเคราะห์ ประมวลผลโดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์แบบวัดเจตคติลิเคิร์ต (Likert Scale) จากนั้นหา ความสัมพันธ์ในกรณีข้อมูลอยู่ในรูปความถี่ ไคสแควร์ (Chi - Square)

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

การประกันภัย หมายถึง วิธีการเฉลี่ยความเสียหาย หรือใช้การกระจายความเสี่ยงภัยที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบเคราะห์ภัยให้พ้นจากความเสียหาย

การออม หมายถึง การนำเงินส่วนต่างระหว่างรายได้และรายจ่ายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง ($\text{Incomes} - \text{Expenses} = \text{Saving}$) ซึ่งเป็นการชะลอการบริโภคหรือการใช้ทรัพย์สินเงินทองที่มีอยู่ในปัจจุบันบางส่วนเอาไว้ เพื่อให้เกิดความสามารถที่จะบริโภคในอนาคตหรือในยามจำเป็น การเก็บออมจะอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ฝากไว้กับสถาบันการเงิน ซื้อหลักทรัพย์ และประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ เป็นต้น เพื่อหวังผลตอบแทนและการเพิ่มมูลค่าของสินทรัพย์

ลูกค้า หมายถึง ผู้ตัดสินใจในการเลือกทำประกันชีวิตกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา คณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกทำประกันชีวิตกับธนาคารไทยพาณิชย์สาขา คณะแพทยศาสตร์ เชียงใหม่

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคปฏิบัติต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึงธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

ประชากร หมายถึง ผู้ที่ทำประกัน ตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิต

กรมธรรม์ประกันภัย หมายถึง สัญญาประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันชีวิตในเครือธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัดมหาชน สาขาคณะแพทยศาสตร์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยไม่คำนึงถึงภูมิอำนาจการปกครองว่าจะอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

เบี้ยประกันภัย หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องจ่ายให้แก่ผู้รับประกันภัยตามเงื่อนไขแก่ผู้รับประกันภัย ตามที่ได้ตกลงไว้ในสัญญาประกันภัย ซึ่งการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยอาจจ่ายเป็นราย รายเดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือรายปี ที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทกับผู้ทำประกันภัย

ความเสี่ยงภัย หมายถึง โอกาสที่จะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ทำประกันภัย การทำประกันชีวิต (Life Insurance) หมายถึง การที่บริษัทประกันชีวิตตกลงจะชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ ผู้เอาประกันชีวิต ผู้รับผลประโยชน์หรือทายาท เมื่อผู้เอาประกันชีวิตเสียชีวิต