

บทที่ 4

ผลการศึกษา

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของ Bancassurance ต่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อได้แก่

1. ผลกระทบของ Bancassurance ต่อโครงสร้างตลาด
2. ผลกระทบของ Bancassurance ต่อพฤติกรรมการแข่งขัน

4.1 ผลกระทบของ Bancassurance ต่อโครงสร้างตลาด

ในการศึกษาถึงผลกระทบของ Bancassurance ต่อโครงสร้างตลาด อย่างน้อยเราจำเป็นต้องพิจารณาว่าการเกิด Bancassurance ในปี 2545 มีผลทำให้

1. จำนวนบริษัทประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ และ
2. การกระจายของส่วนแบ่งตลาดของบริษัทประกันชีวิตรายใหม่และบริษัทประกันชีวิตรายเก่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

จากข้อมูลของกรมการประกันภัยพบว่าตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ยังไม่มีการตั้งบริษัทประกันชีวิตใหม่ขึ้น บริษัทประกันชีวิตที่เปิดใหม่ครั้งล่าสุดเกิดขึ้นในปี 2540 เกิดจากนโยบายการเปิดเสรีการประกันภัยของรัฐในขณะนั้น ซึ่งต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาร่วมลงทุนเนื่องจากเล็งเห็นว่าธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก เพราะประเทศไทยมีสัดส่วนการทำประกันชีวิตค่อนข้างน้อยประมาณ 10 - 12% ของประชากรทั้งประเทศ การรวบรวม/เพิ่มทุนของผู้ประกอบการก็เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งทางการเงินและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มีจำนวน 11 ราย ได้แก่

1. บริษัท ทีพีโอประกันชีวิต จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บางกอกสหประกันชีวิต จำกัด
2. บริษัท ไทยเจริญประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท มิลเลียไลฟ์ อินชัวร์รันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ซีจียู ประกันชีวิต (ไทย) จำกัดบริษัท ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทไทยคาร์ดิฟประกันชีวิต จำกัด

4. บริษัท ธนชาติซูริคประกันชีวิต จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด
5. บริษัท พรภัทรประกันชีวิต จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด
6. บริษัท วอลล์สตรีทประกันชีวิต จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอเชีย แอสซิวรันส์ จำกัด
7. บริษัท ศรีนครประกันชีวิต จำกัด) ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด
8. บริษัท สยามซัมซุง ประกันชีวิต จำกัด
9. บริษัท บริษัท แอ็ดวานซ์ เอ็มแอลซี แอสซิวรันส์ จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท แอ็ดวานซ์ ไลฟ์ แอสซิวรันส์ จำกัด
10. บริษัท ไอเอ็นจี เอ็ทน่า โอสดสภาประกันชีวิต จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด
11. บริษัทกรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด

และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของบริษัทประกันชีวิตในช่วงปี 2545 - 2550 (ตารางที่ 4.1) พบว่ามีบริษัทประกันชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการร่วมทุน/ควบรวมกิจการพร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่จำนวน 7 ราย ดังนี้

1. บริษัท ไอเอ็นจี เอ็ทน่า โอสดสภาประกันชีวิต จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2546
2. บริษัท เนชั่นไวด์ ประกันชีวิต เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ฟินันซ่า ประกันชีวิต จำกัด เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2547
3. บมจ. อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท แมนูไลฟ์ ประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อปี 2547
4. บริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด คินไบอนุญาตและควบรวมกิจการกับ บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เมื่อ 16 มิถุนายน 2547
5. บริษัท แอ็ดวานซ์ เอ็มแอลซี แอสซิวรันส์ จำกัดเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท แอ็ดวานซ์ ไลฟ์ แอสซิวรันส์ จำกัด เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2548
6. บริษัท ธนชาติซูริคประกันชีวิต จำกัดเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ธนชาติ ประกันชีวิต จำกัด เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2548
7. บริษัท ทีพีไอ ประกันชีวิต จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บางกอกสหประกันชีวิต จำกัด เมื่อปี 2548

ตารางที่ 4.1

บริษัทประกันชีวิตที่มีการร่วมทุนควบรวมกิจการในช่วงปี 2545-2550

		บริษัทประกันชีวิต	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
1	AACP	บริษัท อยูธยา ออลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	/	/	/	/	/	/
2	ACE	บริษัท เอช ไลฟ์ แอสซิวรันส์ จำกัด	/	/	/	/	/	/
3	AIA	บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด	/	/	/	/	/	/
4	AMLC	บริษัท แอ็ดวานซ์ เอ็มแอลซี แอสซิวรันส์ จำกัด	/	/	ชื่อใหม่คือ ALife			
5	ALife	บริษัท แอ็ดวานซ์ไลฟ์ แอสซิวรันส์ จำกัด	ชื่อเดิมคือ AMLC		/	/	/	/
6	AZCPLife	บริษัท ออลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด	/	/	คืนใบอนุญาตและควบรวมกับ AACP			
7	BLA	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
8	BUILife	บริษัท บางกอกสหประกันชีวิต จำกัด	ชื่อเดิมคือ TPILife			/	/	/
9	FLA	บริษัท ฟินันซ่าประกันชีวิต จำกัด	ชื่อเดิมคือ NLA		/	/	/	/
10	GT	บริษัท เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด	/	/	/	/	/	/
11	ILJH	บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอค ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	/	/	/	ชื่อใหม่คือ MIT		
12	ING1	บริษัท ไอเอ็นจี เอ็ทน่า โอสถสภาประกันชีวิต จำกัด	/	/	ชื่อใหม่คือ ING2			
13	ING2	บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด	ชื่อเดิมคือ ING1					
14	KTAL	บริษัท กรุงเทพ แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
15	MAX Life	บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
16	MIT	บริษัท แมนูลิฟประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ชื่อเดิมคือ ILJH			/	/	/
17	MLI	บริษัท มิลเลียไลฟ์อินชัวร์รันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	/	/	/	/	/	/
18	MTL	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
19	NLA	บริษัท เนชั่นไวด์ประกันชีวิต จำกัด	/	/	ชื่อใหม่คือ FLA			
20	OLIC	บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
21	PTSL	บริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	/	/	/	/	/	/
22	SAHA	บริษัท สหประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
23	SCNYL	บริษัท ไทยพานิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	/	/	/	/	/	/
24	SEIC	บริษัท อากเนย์ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
25	SLI	บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
26	SSLI	บริษัท สยามซัมซุงประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
27	TCLife	บริษัท ไทยคาร์ดิฟ ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
28	TLA	บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด	ชื่อเดิมคือ ZNLA			/	/	/
29	TLI	บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
30	TPILife	บริษัท ทีพีไอ ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	ชื่อใหม่คือ BUILife		
31	ZNLA	บริษัท ธนชาติ ซูริค ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	ชื่อใหม่คือ TLA		
32	TRE	บริษัท ไทยรี ประกันชีวิต จำกัด	/	/	/	/	/	/
รวม			26	26	25	25	25	25

ที่มา : ข้อมูลสถิติจากกรมการประกันภัย

หมายเหตุ : เครื่องหมาย / หมายถึง เปิดดำเนินงาน

หลังจากเกิดการร่วมทุน/ควมรวมกิจการของบริษัทประกันชีวิตในปี 2545 – 2550 พบว่าบริษัทประกันชีวิตลดลงจากจำนวน 26 แห่ง ในปี 2545 เหลือ 25 แห่ง ในปี 2547 (ตารางที่ 4.2) จำนวนบริษัทประกันชีวิตลดลง 1 แห่ง ได้แก่ บริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด ที่ได้คืนใบอนุญาต ปิดกิจการและควมรวมกิจการกับ บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เมื่อ 16 มิถุนายน 2547

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนบริษัทประกันชีวิตปี 2545 – 2550

พ.ศ.	บริษัทในประเทศ	บริษัทต่างประเทศ	รวม	เพิ่ม (ลด)
2545	25	1	26	เท่าเดิม
2546	25	1	26	เท่าเดิม
2547	24	1	25	(1)
2548	24	1	25	เท่าเดิม
2549	24	1	25	เท่าเดิม
2550	24	1	25	เท่าเดิม

ที่มา : สถิติจากกรมการประกันภัยปี 2545 - 2550

จากการเพิ่มช่องทางจำหน่ายกรมธรรม์ทาง Bancassurance ให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจหน้าประกันภัยได้ในปี 2545 เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทประกันชีวิตใช้เป็นช่องทางในการขยายตลาดประกันชีวิตออกไปได้อีก ซึ่งในปี 2550 มีบริษัทประกันชีวิตที่เปิดช่องทางนี้ร่วมกับธนาคารพาณิชย์ จำนวน 12 ราย (ตารางที่ 4.3) รูปแบบความร่วมมือก็มีหลายแบบเช่น ทำสัญญาทำธุรกิจร่วมกัน เช่น บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด - ธนาคารยูโอบี หรือธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ถือหุ้่นทั้งหมด เช่น บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด - ธนาคารธนชาติ และ บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด- ธนาคารนครหลวงไทย หรือการถือหุ้่นในบริษัทประกันชีวิต เช่น บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด – ธนาคารไทยพาณิชย์, บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) – ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และก็มีบริษัทประกันชีวิตบางแห่งที่ร่วมทำธุรกิจ Bancassurance กับธนาคารหลายแห่ง เช่น บริษัท เมืองไทย

ประกันชีวิต จำกัด เป็นพันธมิตรกับ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคาร แลนด์แอนด์เฮาส์เพื่อรายย่อย และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์(ธกส.) เป็นต้น

ตารางที่ 4.3

บริษัทประกันชีวิตที่มีช่องทางจำหน่าย Bancassurance

บริษัท	เป็นพันธมิตรกับธนาคารทำธุรกิจ Bancassurance
1. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด	ธนาคารยูโอบี
2. บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
3. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารกรุงเทพ
4. บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารไทยพาณิชย์
5. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	1.ธนาคารกสิกรไทย 2.ธนาคาร แลนด์แอนด์เฮาส์เพื่อรายย่อย 3.ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์(ธกส.)
6. บริษัท กรุงไทย แอชซ่า ประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารกรุงไทย
7. บริษัท ฟินนชาประกันชีวิต จำกัด	1.ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) 2.ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
8. บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารนครหลวงไทย
9. บริษัท ธนชาตประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารธนชาต
10. บริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด
11. บริษัท มิลเลียไลฟ์อินชัวร์นส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ธนาคารไทยธนาคาร
12. บริษัท ไทยคาร์ดีฟ ประกันชีวิต จำกัด	ธนาคารทหารไทย

ที่มา :หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ วันที่ 25-27 เมษายน 2550 หน้า 24

ดังนั้น การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันชีวิตได้ในปี 2545 จึงไม่ได้มีผลทำให้โครงสร้างตลาดธุรกิจประกันชีวิตเปลี่ยนแปลง แต่มีแนวโน้มทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจมากขึ้น แต่เดิมการแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตจะเป็นการแข่งขันระหว่างบริษัทประกันชีวิตกับบริษัทประกันชีวิตด้วยตนเอง แต่การเพิ่มช่องทาง Bancassurance นี้ทำให้บริษัทประกันชีวิตจะต้องแข่งขันกับธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัยด้วย เนื่องจาก ลูกค้ามีทางเลือกที่จะใช้บริการกับบริษัทประกันชีวิตโดยตรงหรือจะใช้บริการผ่านธนาคารพาณิชย์ก็ได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัว ปรับปรุงพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานความเป็นมืออาชีพ ทั้งในส่วนของตัวแทนประกันชีวิตและนายหน้าประกันชีวิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งตลาดในช่องทาง Bancassurance มากที่สุดในปี 2549 ได้แก่ บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43 ของตลาดแบงก์แอสซัวร์นส์ ในขณะที่ที่ผู้ประกอบการรายอื่นมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 10 เท่า ๆ กัน ได้แก่ บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และบริษัท กรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด

สำหรับผลกระทบของ Bancassurance ต่อการกระจายของส่วนแบ่งตลาดของบริษัทประกันชีวิตนั้น เมื่อพิจารณาจากตาราง 3.4 พบว่า ในช่วงปี 2545-2549 ถึงแม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่บริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด และ บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) ตามลำดับ จะมีส่วนแบ่งตลาดลดลงบ้างแต่ก็ยังคงรักษาลำดับส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 3 อันดับแรกได้ไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ บริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด และ บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) ที่ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดลำดับ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับบริษัทประกันชีวิตที่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดอย่างเห็นได้ชัดคือ บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด ครองส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 1.2 ในปี 2545 อยู่ในอันดับที่ 8 สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดขึ้นมาเป็นร้อยละ 5.8 ในปี 2549 อยู่ในอันดับ 4 ได้ อาจเป็นเพราะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีกับช่องทาง Bancassurance จึงอาจกล่าวได้ว่าการกระจายส่วนแบ่งการตลาดไม่ได้เปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น โครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันชีวิตไม่มีการเปลี่ยนแปลง

4.2 ผลกระทบของ Bancassurance ต่อพฤติกรรมการแข่งขัน

4.2.1 พฤติกรรมการแข่งขันที่ใช้ราคา (Price Competition)

ธุรกิจ Bancassurance มีการแข่งขันกันเองค่อนข้างสูงระหว่างธนาคารต่าง ๆ เพราะในปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) ไม่มีธนาคารพาณิชย์ใดที่ไม่ขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่านธนาคารแต่ละแห่งจะมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทน ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นแบบประกันสะสมทรัพย์ และแบบประกันตลอดชีพที่มีลักษณะใกล้เคียงเงินฝากเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าธนาคาร เป็นแบบประกันที่ไม่ซับซ้อน และมีจุดเด่นเฉพาะ เช่น เน้นความคุ้มครองชีวิตที่สูง ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันสั้น มีเงินจ่ายคืนระหว่างสัญญา มีโบนัสเมื่อครบกำหนดสัญญา หรือจัดเป็นแพคเกจ หมายถึงแบบประกันที่ครอบคลุมทั้งด้านการออม ความคุ้มครองชีวิต ค่ารักษาพยาบาล เงินชดเชยรายได้ขณะเจ็บป่วย เป็นต้น

เบี้ยประกันของแบบประกันจะขึ้นอยู่กับอายุ และ เพศ ของผู้เอาประกัน อายุมาก เบี้ยประกันจะสูงกว่าอายุน้อย เพศชายเบี้ยประกันจะสูงกว่าเพศหญิง และแบบประกันระยะยาวหรือตลอดชีพ เบี้ยประกันจะถูกกว่าแบบประกันระยะสั้น ตารางที่ 4.4 แสดงถึงผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและเบี้ยประกันที่จำหน่ายผ่านธนาคารพาณิชย์บางแห่ง การเลือกแบบประกันและเบี้ยประกันให้เหมาะสมกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการชำระเบี้ยประกันของลูกค้าด้วย โดยปกติการชำระเบี้ยประกันในแต่ละปีควรอยู่ระหว่าง 10-15% ของรายได้ เพื่อให้ไม่เป็นภาระที่หนักเกินไป

หากการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าขึ้นอยู่กับเบี้ยประกันเป็นสำคัญ เมื่อเลือกเบี้ยประกันในระดับที่ต้องการได้แล้ว จึงจะนำมาพิจารณาเลือกแบบประกันและทุนประกันที่เหมาะสมต่อไป เช่น กรณีลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ต้องการชำระเบี้ยประกันไม่เกิน 12,000 บาท/ปี แสดงว่าแบบประกันที่เหมาะสมคือ Starter⁺ ทุนประกัน 100,000 บาท เป็นต้น

ตารางที่ 4.4

เปรียบเทียบแบบประกันและเบี้ยประกันของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารต่าง ๆ

ธนาคาร พาณิชย์	บริษัทประกันชีวิต	ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลา คุ้มครอง	ระยะเวลา ชำระเบี้ย	เบี้ย ประกัน (บาท/ปี)
ไทยพาณิชย์	บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	Starter ⁺	25 ปี	15 ปี	11,100
		New Saver ⁺	14 ปี	7 ปี	25,700
		New Treasure ⁺	25 ปี	15 ปี	21,660
		Freedom ⁺	ถึงอายุ 70 ปี	20 ปี	17,080
กรุงเทพ	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	Gain 180 1st	15 ปี	7 ปี	25,000
		Gain 250 1st	15 ปี	7 ปี	25,000
		Gain 220 1st	15 ปี	10 ปี	16,700
ธนาชาติ	บริษัท ธนาชาติประกันชีวิต จำกัด	ธนาชาติ Happy Tax	10 ปี	10 ปี	27,900
		ธนาชาติ Quick Bonus	16 ปี	8 ปี	21,940
		ธนาชาติอัลตรา 5/1	5 ปี	1 ปี	99,500
		ธนาชาติ For Family	ถึงอายุ 99 ปี	20 ปี	2,708
		ธนาชาติ For Education	20 ปี	20 ปี	9,783
กรุงศรีอยุธยา	บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	กรุงศรีทุนทรัพย์พิเศษ	22 ปี	15 ปี	15,500
		กรุงศรีซีเคียวพลัส	10 ปี	7 ปี	26,000
		กรุงศรีแอสปีที่โฮลไลฟ์	ถึงอายุ 80 ปี	20 ปี	16,800
		อยุธยาเฉพาะกาล	5 ปี	5 ปี	1,091
กสิกรไทย	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	รวงข้าวสะสมทรัพย์ 820	20 ปี	8 ปี	18,900
		รวงข้าวสะสมทรัพย์ 715	15 ปี	7 ปี	23,200
		รวงข้าวสะสมทรัพย์ 10/3	10 ปี	3 ปี	74,638
		รวงข้าวสะสมทรัพย์ 18/12	18 ปี	12 ปี	7,705

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

เปรียบเทียบแบบประกันและเบี้ยประกันของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคารต่าง ๆ

ธนาคารพาณิชย์	บริษัทประกันชีวิต	ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง	ระยะเวลาชำระเบี้ย	เบี้ยประกัน (บาท/ปี)
กรุงไทย	บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด	กรุงไทยธนทวี 10/6	10 ปี	6 ปี	26,800
		กรุงไทยสินเพิ่มพูน	20 ปี	20 ปี	13,800
		กรุงไทยสินเพิ่มพูน	25 ปี	25 ปี	7,374
		Smart Protector	90 ปี	25 ปี	3,732
		กรุงไทยสินมั่นคง	85 ปี	12 ปี	6,481
		กรุงไทยสินสุขเกษียณ	60 ปี	60 ปี	4,564
ยูโอบี	บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสซิวรันส์ จำกัด	Easy life 10/3	10 ปี	3 ปี	97,500
		7Pay15 Plus	15 ปี	7 ปี	25,000
		Protection Plus	ถึงอายุ 99 ปี	20 ปี	4,218
		Junior Care	42 ปี	21 ปี	11,318
นครหลวงไทย	บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด	MAX 10/6	10 ปี	6 ปี	24,800
		MAX 15/8	15 ปี	8 ปี	20,300
		MAX 20/10	20 ปี	10 ปี	15,300
		MAX 80/20	ถึงอายุ 80 ปี	20 ปี	5,380
		MAX บำนาญ 60/7	ถึงอายุ 67 ปี	7 ปี	45,000
ไทยธนาคาร	บริษัท มิลเลียมิลไฟอินชัวร์รันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	Protection 10/2	10 ปี	2 ปี	49,700
		Save & Care 10/5	10 ปี	5 ปี	20,000
		Protection 7/2 plus	7 ปี	2 ปี	94,000
		เกษียณสำราญ	ถึงอายุ 60 ปี	ถึงอายุ 55 ปี	4,300
		แผนคุ้มครองการศึกษาบุตร	ถึงอายุ 21 ปี	ถึงอายุ 17 ปี	11,957

ที่มา : เว็บไซต์ธนาคารและบริษัทประกันชีวิต, โบชัวร์, แผนก Bancassurance บมจ. อภัยยูอา อลิอันซ์

ซี.พี.ประกันชีวิต

หมายเหตุ : เพศชาย อายุ 35 ปี ทุนประกัน 100,000 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบราคาหรือเบี้ยประกันของแต่ละธนาคารโดยพิจารณาจากระยะเวลาคุ้มครองที่เท่ากัน ระยะเวลาชำระเบี้ยที่ใกล้เคียงกันแล้วพบว่า เบี้ยประกันของแต่ละธนาคารใกล้เคียงกันแต่ไม่เท่ากัน จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบราคาหรือเบี้ยประกันของแต่ละธนาคารโดยพิจารณาจากประเภทแบบประกัน ได้แก่ แบบประกันตลอดชีพ แบบประกันระยะยาว และแบบประกันระยะสั้น โดยพิจารณาจากระยะเวลาคุ้มครอง ระยะเวลาชำระเบี้ยที่ใกล้เคียงกันแล้ว พบว่าธนาคารแต่ละแห่งก็มีเบี้ยประกันที่แตกต่างกัน เช่น เบี้ยประกันเพศชาย อายุ 35 ปี ทุนประกัน 100,000 บาท

- แบบประกันประเภทตลอดชีพ พบว่า แบบประกันของธนาคารธนชาตมีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 2,708 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารไทยพาณิชย์ มีเบี้ยประกันสูงสุด คือ 17,080 บาท/ปี

- แบบประกันเกษียณอายุ พบว่า แบบประกันของธนาคารไทยธนาคารมีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 4,300 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารนครหลวงไทย มีเบี้ยประกันสูงสุด คือ 45,000 บาท/ปี

- แบบประกันระยะยาว 25 ปี พบว่า แบบประกันของธนาคารกรุงไทยมีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 7,374 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารนครหลวงไทย มีเบี้ยประกันสูงสุด คือ 21,660 บาท/ปี

- แบบประกันระยะยาว 20 ปี พบว่า แบบประกันของธนาคารกสิกรไทย มีเบี้ยประกันต่ำสุดและสูงสุด คือ 7,705 บาท/ปี และ 18,900 บาท/ปี

- แบบประกันระยะปานกลาง 15 ปี พบว่า แบบประกันของธนาคารกรุงเทพ มีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 16,700 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารไทยพาณิชย์มีเบี้ยประกันสูงสุด 25,700 บาท/ปี

- แบบประกันระยะสั้น 10 ปี พบว่า แบบประกันของธนาคารไทยธนาคาร มีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 20,000 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารธนชาตมีเบี้ยประกันสูงสุด 27,900 บาท/ปี

- แบบประกันชำระเบี้ยระยะสั้น พบว่า แบบประกันของธนาคารไทยธนาคาร มีเบี้ยประกันต่ำสุด คือ 49,700 บาท/ปี และแบบประกันของธนาคารธนชาตมีเบี้ยประกันสูงสุด 99,500 บาท/ปี

ตารางที่ 4.5
เปรียบเทียบเบี้ยประกันชีวิตของ Bancassurance

ประเภทแบบประกัน/ธนาคาร	บริษัทประกันชีวิต	ผลิตภัณฑ์	เบี้ยประกันต่อปี (บาท)
1. แบบประกัน <u>ตลอดชีพ</u>			
ธนาคาร	ธนาคารประกันชีวิต	ธนาคาร For Family (99/20)	2,708
กรุงไทย	กรุงไทยแอกซ่า	Smart Protector (90/25)	3,732
ยูโอบี	เอไอเอ	กรุงไทยสินมั่นคง(85/12)	6,481
นครหลวงไทย	แมกซ์ประกันชีวิต	Protection Plus (99/20)	4,218
กรุงศรีอยุธยา	อยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี	Max 80/20	5,380
ไทยพาณิชย์	ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์	กรุงศรีแฮปปี้โฮลไลฟ์(80/20)	16,800
		Freedom+ (70/20)	17,080
2. แบบประกัน <u>เกษียณอายุ</u>			
ไทยธนาคาร	มิลเลียมไลฟ์	เกษียณสำราญ (60/55)	4,300
กรุงไทย	กรุงไทยแอกซ่า	กรุงไทยสินสุขเกษียณ(60/60)	4,564
นครหลวงไทย	แมกซ์ประกันชีวิต	Maxบำนาญ 67/7	45,000
3. แบบประกัน <u>ระยะยาว 25 ปี</u>			
กรุงไทย	กรุงไทยแอกซ่า	กรุงไทยสินเพิ่มสุข(25/25)	7,374
ไทยพาณิชย์	ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์	Starter+ (25/15)	11,100
		New Treasure+ (25/15)	21,660
4. แบบประกัน <u>ระยะยาว 20 ปี</u>			
กสิกรไทย	เมืองไทยประกันชีวิต	รวงข้าวสะสมทรัพย์ 18/12	7,705
ธนาคาร	ธนาคารประกันชีวิต	รวงข้าวสะสมทรัพย์ 820 (20/8)	18,900
ไทยธนาคาร	มิลเลียมไลฟ์	ธนาคารเพื่อการศึกษา(20/20)	9,783
กรุงไทย	กรุงไทยแอกซ่า	แผนคุ้มครองการศึกษาบุตร(21/7)	11,957
นครหลวงไทย	แมกซ์ไลฟ์	กรุงไทยสินเพิ่มพูน (20/20)	13,800
		Max 20/10	15,300

เปรียบเทียบเบี้ยประกันชีวิตของ Bancassurance (ต่อ)

ธนาคาร	บริษัทประกันชีวิต	ผลิตภัณฑ์	เบี้ยประกันต่อปี (บาท)
5. แบบประกัน ระยะปานกลาง 15 ปี			
กรุงเทพ	กรุงเทพประกันชีวิต	Gain 220 1st (15/10)	16,700
		Gain 250 1st (15/7)	25,000
		Gain 180 1st (15/7)	25,000
นครหลวงไทย	แมกซ์ประกันชีวิต	Max 15/8	20,300
ธนาชาติ	ธนาชาติประกันชีวิต	ธนาชาติ Quick Bonus	21,940
กสิกรไทย	เมืองไทยประกันชีวิต	รวงข้าวสะสมทรัพย์ 715 (15/7)	23,200
ยูโอบี	เอไอเอ	7Pay15Plus	25,000
ไทยพาณิชย์	ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์	New Saver+	25,700
6. แบบประกัน ระยะสั้น 10 ปี			
ไทยธนาคาร	มิลเลียมไลฟ์	Save&Care 10/5	20,000
นครหลวงไทย	แมกซ์ไลฟ์	Max 10/6	24,800
กรุงศรีอยุธยา	อยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี	กรุงศรีซีเคียวพลัส 10/7	26,000
กรุงไทย	กรุงไทยแอกซ่า	กรุงไทยธนทวี 10/6	26,800
ธนาชาติ	ธนาชาติประกันชีวิต	ธนาชาติ Happy Tax (10/10)	27,900
7. แบบประกัน ชำระเบี้ยระยะ สั้น			
ไทยธนาคาร	มิลเลียมไลฟ์	Protection 10/2	49,700
		Protection 7/2 Plus	94,000
กสิกรไทย	เมืองไทยประกันชีวิต	รวงข้าวสะสมทรัพย์ 10/3	74,638
ยูโอบี	เอไอเอ	Easy life 10/3	97,500
ธนาชาติ	ธนาชาติประกันชีวิต	ธนาชาติอัลตรา 5/1	99,500

ที่มา : เว็บไซต์และแผ่นพับโฆษณาของธนาคารและบริษัทประกันชีวิตต่างๆ

หมายเหตุ : เพศชาย อายุ 35 ปี ทุนประกัน 100,000 บาท

แม้เบี้ยประกันของแบบประกันประเภทเดียวกันของธนาคารแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันแต่ไม่ได้หมายความว่าเบี้ยประกันที่ถูกกว่าจะดีกว่าเบี้ยประกันที่แพงกว่าเสมอไป ดังนั้น การตัดสินใจเลือกพิจารณาเฉพาะเบี้ยประกันอย่างเดียวไม่ได้ ควรต้องพิจารณาผลประโยชน์ของแบบประกันประกอบด้วย เช่น ความคุ้มครองชีวิตที่ได้รับตลอดสัญญา เงินคืนระหว่างสัญญา เงินครบกำหนดสัญญา ตัวอย่างเช่น แบบประกันชีวิตระยะเวลาคุ้มครองไม่เกิน 10 ปี สำหรับเพศชาย อายุ 35 ปี ทุนประกัน 100,000 บาท ของ 4 ธนาคาร ได้แก่

แบบประกันกรุงศรีชีเคียวพลัส 10/7 ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา,
แบบประกันธนทวิ 10/6 ของธนาคารกรุงไทย,
แบบประกัน MAX10/6 ของธนาคารนครหลวงไทย และ
แบบประกัน Save & Care ของธนาคารไทยธนาคาร

พบว่าเบี้ยประกันของธนาคารไทยธนาคารจะต่ำที่สุดคือ 20,000 บาท/ปี แต่เงินคืนระหว่างสัญญาและเงินครบกำหนดสัญญาน้อยกว่าแบบประกันของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย และธนาคารนครหลวงไทย และความคุ้มครองก็น้อยกว่าแบบประกันของธนาคารนครหลวงไทยด้วย สำหรับธนาคารกรุงไทย ให้ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญามากที่สุดคือ 212% ของทุนประกัน แต่เงินคืนระหว่างสัญญาน้อยกว่าของธนาคารกรุงศรีอยุธยาและธนาคารนครหลวงไทย และเบี้ยประกันก็มากกว่าแบบประกันอื่นด้วย คือ 26,800 บาท/ปี ตารางที่ 4.6 แสดงผลประโยชน์ของแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance

ชำนาญกานท์สมุด

ตารางที่ 4.6

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา - บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)		
แบบประกัน	SFN22/15	SS10/7
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 22 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 10 เท่ากับ 100% - ปีที่ 11 - 22 เท่ากับ 150% 4.เงินจ่ายคืนทุกปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 3 - 10 ปีละ 2% (2 ครั้งต่อปี) - ปีที่ 11 - 16 ปีละ 4% (2 ครั้งต่อปี) - ปีที่ 17 - 22 ปีละ 6% (2 ครั้งต่อปี) 5.เงินครบกำหนดสัญญา 180% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 256% 7. เงินปันผล 7% โดยประมาณการ 8.เบี้ยประกันภัย 15,500 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 10 เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 9 ปีละ 4% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 150% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 186% 7.เบี้ยประกันภัย 26,000 บาท/ปี
แบบประกัน	WLA80/20	T5/5
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย จนถึงอายุ 80 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ตลอดสัญญา 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2 - 19 ปีละ 5% - ปีที่ 20 ปีละ 50% - ปีที่ 21 - จนถึงอายุ 80 ปี ปีละ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 200% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 460% 7.เบี้ยประกันภัย 16,800 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 5 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 5 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ตลอดสัญญา 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ไม่มี 5.เงินครบกำหนดสัญญา ไม่มี 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา ไม่มี 8.เบี้ยประกันภัย 1,091 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารกรุงเทพ - บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด			
แบบประกัน	Gain 180 1st	Gain 250 1st	Gain 220 1st
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 3 เท่ากับ 100% - ปีที่ 4 - 5 เท่ากับ 140% - ปีที่ 6 - 15 เท่ากับ 180% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 ปีละ 3% - ปีที่ 6 - 10 ปีละ 3.5% - ปีที่ 11 - 15 ปีละ 4% รวมเงินคืน 15 ปี 52.5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 180% 6.ผลประโยชน์รวม 180% 7.เบี้ยประกัน 25,000 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ย ประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 3 เท่ากับ 100% - ปีที่ 4 - 5 เท่ากับ 140% - ปีที่ 6 เท่ากับ 180% - ปีที่ 7 - 9 เท่ากับ 200% - ปีที่ 10 - 15 เท่ากับ 250% 4.เงินครบกำหนดสัญญา 250% 5.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 250% 6.เบี้ยประกัน 25,000 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ย ประกันภัย 10 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 9 เท่ากับ 110% - 150% (เพิ่มปีละ 5%) - ปีที่ 10 - 13 เท่ากับ 160% - 190% (เพิ่มปีละ 10%) - ปีที่ 14 - 15 เท่ากับ 200% - 220% (เพิ่มปีละ 20%) 4.เงินครบกำหนดสัญญา 145% 5.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 220% 6.เบี้ยประกัน 16,700 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารไทยพาณิชย์ - บริษัท ไทยพาณิชย์วินยอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)		
แบบประกัน	Starter ⁺	New Saver ⁺
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 25 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - จากการเจ็บป่วย เท่ากับ 180% - จากอุบัติเหตุในปีที่ 1 - 15 เท่ากับ 280% - ค่ารักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุในปีที่ 1 - 15 เท่ากับ 10% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 4,8,12,16,20,24 เท่ากับ 4% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 190% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 214% 7.เบี้ยประกันภัย 11,100 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 14 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 200% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2,4,6,8,10,12 เท่ากับ 4% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 200% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 224% 7. เบี้ยประกัน 25,700 บาท/ปี
แบบประกัน	New Treasure ⁺	Freedom ⁺
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 25 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - จากการเจ็บป่วย เท่ากับ 300% - จากอุบัติเหตุในปีที่ 1 - 15 เท่ากับ 400% - จากโรคร้ายแรงในปีที่ 1 - 15 เท่ากับ 400% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 3,6,9,12,15,18,21,24 เท่ากับ 10% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 300% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 380% 7.เบี้ยประกันภัย 21,600 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 70 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณีปีที่ 1 - 15 เท่ากับ 200% - ทุกกรณีปีที่ 16 - 70 เท่ากับ 250% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 5 - 10 เท่ากับ 3% - ปีที่ 11 - 15 เท่ากับ 4% - ปีที่ 16 - 19 เท่ากับ 5% - ปีที่ 20 เท่ากับ 50% - ปีที่ 21 - อายุ 69 ปี เท่ากับ 10% - อายุ 60 ปี เท่ากับ 50% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 200% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 490% 7.เบี้ยประกันภัย 17,080 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารกสิกรไทย - บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด		
แบบประกัน	วงคุ้มครอง 820	วงคุ้มครอง 715
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 8 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 100% - ปีที่ 6 เท่ากับ 120% - ปีที่ 7 เท่ากับ 140% - ปีที่ 8 - 20 เท่ากับ 155% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2,4,6 เท่ากับ 5% - ปีที่ 8,10,12 เท่ากับ 7% - ปีที่ 14,16,18 เท่ากับ 9% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 130% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 193% 7.เบี้ยประกันภัย 18,900 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 3 เท่ากับ 100% - ปีที่ 4 เท่ากับ 120% - ปีที่ 5 เท่ากับ 140% - ปีที่ 6 เท่ากับ 160% - ปีที่ 7 - 14 เท่ากับ 180% - ปีที่ 15 เท่ากับ 200% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2,4,6 เท่ากับ 6% - ปีที่ 8,10,12 เท่ากับ 7% - ปีที่ 14 เท่ากับ 12% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 165% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 216% 7.เงินปันผล 10% โดยประมาณการ 8.เบี้ยประกันภัย 23,200 บาท/ปี
แบบประกัน	วงคุ้มครอง 10/3	วงคุ้มครอง 18/12
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 3 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 เท่ากับ 100% - ปีที่ 2 เท่ากับ 150% - ปีที่ 3-10 เท่ากับ 225% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 4,6,8 เท่ากับ 15% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 215% + เงินปันผล 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 260% 7.เบี้ยประกันภัย 74,638 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 18 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 12 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ไม่มี 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 100% 7.เบี้ยประกันภัย 7,705 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารนครหลวงไทย - บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด		
แบบประกัน	MAX 10/6	MAX 15/8
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 6 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 100% - ปีที่ 6 - 10 เท่ากับ 120% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 10% - ปีที่ 6 - 9 เท่ากับ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 110% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 180% 7.เบี้ยประกันภัย 24,800 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 8 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 7 เท่ากับ 100% - ปีที่ 8 - 15 เท่ากับ 150% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 เท่ากับ 8% - ปีที่ 2 - 7 เท่ากับ 9% - ปีที่ 8 เท่ากับ 6% - ปีที่ 9 - 14 เท่ากับ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 114% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 212% 7.เบี้ยประกันภัย 20,300 บาท/ปี
แบบประกัน	MAX 20/10	MAX 80/20
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 10 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 9 เท่ากับ 100% - ปีที่ 10 - 20 เท่ากับ 150% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 เท่ากับ 5% - ปีที่ 2 - 10 เท่ากับ 6% - ปีที่ 11 - 19 เท่ากับ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 120% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 224% 7.เบี้ยประกันภัย 15,300 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 80 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - อายุ 79 ปี เท่ากับ 1% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 145% 7.เบี้ยประกันภัย 5,380 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารนครหลวงไทย - บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด (ต่อ)	
แบบประกัน	MAX บำนาญ 60/7
ผลประโยชน์	<p>1.ระยะเวลาเอาประกันภัยถึงอายุ 67 ปี</p> <p>2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี</p> <p>3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปีที่ 1 - 2 เท่ากับ 100% - ปีที่ 3 - 4 เท่ากับ 150% - ปีที่ 5 - 6 เท่ากับ 200% - ปีที่ 7 ถึงอายุ 60 ปี เท่ากับ 250% - อายุ 60 ถึงก่อนอายุ 61 ปี เท่ากับ 225% - อายุ 61 ถึงก่อนอายุ 62 ปี เท่ากับ 200% - อายุ 62 ถึงก่อนอายุ 63 ปี เท่ากับ 175% - อายุ 63 ถึงก่อนอายุ 64 ปี เท่ากับ 150% - อายุ 64 ถึงก่อนอายุ 67 ปี เท่ากับ 125% <p>4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปีที่ 1 - อายุครบ 59 ปี เท่ากับ 10% - ปีที่ 2 - ปีที่ 7 เท่ากับ 1% (จ่ายเบี้ยตรงเวลา) - อายุ 60 ปี - อายุ 67 ปี เท่ากับ 30% - อายุ 68 ปี - อายุ 99 ปี เท่ากับ 30% (เฉพาะอนุมัติในปี 2549) <p>5.เงินครบกำหนดสัญญา ไม่มี</p> <p>6. เบี้ยประกันภัย 45,000 บาท/ปี</p>

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารยูโอบี - บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด		
แบบประกัน	Easy life 10/3	7Pay15 Plus
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 3 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 เท่ากับ 100% - ปีที่ 2 เท่ากับ 197.5% - ปีที่ 3 - 10 เท่ากับ 295% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 4 - 9 เท่ากับ 15% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 265% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 355% 7.เบี้ยประกัน 97,500 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 15 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 3 เท่ากับ 100% - ปีที่ 4 เท่ากับ 120% - ปีที่ 5 เท่ากับ 140% - ปีที่ 6 เท่ากับ 160% - ปีที่ 7 - 14 เท่ากับ 180% - ปีที่ 15 เท่ากับ 200% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2,4,6 เท่ากับ 6% - ปีที่ 8,10,12 เท่ากับ 7% - ปีที่ 14 เท่ากับ 12% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 178% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 239% 7.เงินปันผล 10% โดยประมาณการ 8.เบี้ยประกัน 25,000 บาท/ปี
แบบประกัน	Protection Plus	Junior Care
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 99 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 5,10,15,20 เท่ากับ 2% - ปีที่ 6 - อายุ 98 ปี เท่ากับ 1% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 167% 7.เบี้ยประกัน 4,218 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 42 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 21 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% - 200% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 3,6,9,12,15,18,21 เท่ากับ 5% - ปีที่ 21 เท่ากับ 55% - ปีที่ 22 - 42 เท่ากับ 10% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 200% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 500% 7.เบี้ยประกัน 11,318 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารไทยธนาคาร - บริษัท มิลเลียไลฟ์อินชัวร์รันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)		
แบบประกัน	Protection 10/2	Save & Care 10/5
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 2 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% - อุบัติเหตุ รับเพิ่มอีก 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 3 = 3% - ปีที่ 4 - 6 = 4% - ปีที่ 7 - 10 = 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 141% 7.เบี้ยประกัน 49,700 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 5 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 เท่ากับ 0.6% - ปีที่ 2 เท่ากับ 1.2% - ปีที่ 3 เท่ากับ 1.8% - ปีที่ 4 เท่ากับ 2.4% - ปีที่ 5 - 9 เท่ากับ 3% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 103% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 124% 7.เบี้ยประกัน 20,000 บาท/ปี
แบบประกัน	Protection 7/2 plus	แผนคุ้มครองการศึกษาบุตร
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 7 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 2 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณีปีที่ 1 เท่ากับ 100% - ทุกกรณีปีที่ 2 - 7 เท่ากับ 200% - กรณีอุบัติเหตุรับเพิ่มปีที่ 1 - 7 เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2 - 6 เท่ากับ 6% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 211% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 241% 7.เบี้ยประกัน 94,00 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย จนกระทั่งบุตรอายุ 21 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย จนกระทั่งบุตรอายุ 17 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 150% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - บุตรอายุครบ 5 ปี = 10% - บุตรอายุครบ 11 ปี = 20% - บุตรอายุครบ 14 ปี = 25% - บุตรอายุครบ 17,18,19,20 ปี = 30% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 30% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 205% 7.เบี้ยประกัน 11,957 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารไทยธนาคาร - บริษัท มิลเลียมไลฟ์อินชัวร์รันส์(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ต่อ)	
แบบประกัน	เงื่อนไขสำราญ
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 60 ปี
	2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 55 ปี
	3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้
	- ทุกกรณี เท่ากับ 150%
	4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้
	- อายุครบ 55 - 59 = 3%
	5.เงินครบกำหนดสัญญา 150% หรือ
	5.1 รับเงิน 10 - 70% ของเงินครบกำหนด ณ อายุ 60 ปี จากนั้นรับเงินรายปี ปีละเท่า ๆ กันของเงินครบกำหนดเป็นเวลา 10 ปี (พร้อมผลตอบแทนคำนวณจากดอกเบี้ยเงินฝากประจำราย 12 เดือน + 0.5%)
	5.2 รับเงิน 10 - 70% ของเงินครบกำหนด ณ อายุ 60 ปี จากนั้นรับเงินรายเดือน เดือนละเท่า ๆ กัน ของเงินครบกำหนดเป็นเวลา 5 ปี (พร้อมผลตอบแทนคำนวณจากดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ + 0.5%)
	6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 165%
	7.เบี้ยประกัน 4,300 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารกรุงไทย - บริษัทกรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด		
แบบประกัน	กรุงไทย หนทวิ 10/6	กรุงไทย สิ้นเพิ่มพูน
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 6 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 6 - 9 เท่ากับ 3% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 180% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 192% 7.เงินปันผล 20% โดยประมาณการ 8.เบี้ยประกัน 26,800 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 5 เท่ากับ 10% - ปีที่ 8 เท่ากับ 15% - ปีที่ 11 เท่ากับ 20% - ปีที่ 14 เท่ากับ 25% - ปีที่ 17 เท่ากับ 30% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 200% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 300% 7.เบี้ยประกัน 13,800 บาท/ปี
แบบประกัน	Smart Protector 90/25	กรุงไทยสินมั่นคง 85/12
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 90 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 25 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2 - อายุ 89 ปี เท่ากับ 0.35% - 1.5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 171.14% 7.เบี้ยประกัน 3,732 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 85 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 12 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2 - อายุ 84 ปี เท่ากับ 0.25% - 1% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 115% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 157% 7.เบี้ยประกัน 6,481 บาท/ปี
แบบประกัน	กรุงไทย สิ้นเพิ่มสุข	กรุงไทย สิ้นสุขเกษียณ
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 25 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 25 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 100% - ปีที่ 6 - 10 เท่ากับ 110% - ปีที่ 11 - 15 เท่ากับ 120% - ปีที่ 16 - 20 เท่ากับ 130% - ปีที่ 21 - 25 เท่ากับ 140% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2,4,6,8,10,12,14,16,18,20,22,24 เท่ากับ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 140% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 200% 7.เบี้ยประกัน 7,374 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 60 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 60 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 2 - อายุ 59 ปี เท่ากับ 0.13% - 16.80% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 122.87% 7. เบี้ยประกัน 4,564 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารธนชาติ - บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด		
แบบประกัน	ธนาชาติ Happy Tax	ธนาชาติ Quick Bonus
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 10 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 10 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 9 เท่ากับ 20% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 280% 7. เบี้ยประกัน 27,900 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 16 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 8 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 4 เท่ากับ 100% - ปีที่ 5 - 6 เท่ากับ 140% - ปีที่ 7 - 16 เท่ากับ 160% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 3% - ปีที่ 6 - 10 เท่ากับ 4% - ปีที่ 11 - 15 เท่ากับ 5% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 160% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 220% 7. เบี้ยประกัน 21,940 บาท/ปี
แบบประกัน	ธนาชาติ For Family	ธนาชาติ For Education
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 99 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.ความคุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ 5.เงินครบกำหนดสัญญา (99 ปี) 100% 6. เบี้ยประกัน 2,708 บาท/ปี	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 20 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ทุกกรณี 105% - 265% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ไม่มี 5.เงินครบกำหนดสัญญา 265.33% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 265.33% 7. เบี้ยประกัน 9,783 บาท/ปี

ผลประโยชน์และแบบประกันผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Bancassurance (ต่อ)

ธนาคารธนชาต - บริษัท ธนชาตประกันชีวิต จำกัด (ต่อ)	
แบบประกัน	ธนชาต อัลตรา 5/1 ชนิดมีเงินคืนทุกปี
ผลประโยชน์	1.ระยะเวลาเอาประกันภัย 5 ปี 2.ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 1 ปี 3.คุ้มครองชีวิต ดังนี้ - ปีที่ 1 - 5 เท่ากับ 100% 4.เงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ ดังนี้ - ปีที่ 1 - 4 เท่ากับ 3.3% - ปีที่ 5 เท่ากับ 4.3% 5.เงินครบกำหนดสัญญา 100% 6.ผลประโยชน์รวมตลอดสัญญา 117.50% 7. เบี้ยประกัน 99,500 บาท/ปี

ที่มา : เว็บไซต์และแผนพับโฆษณาของธนาคารต่างๆ

หมายเหตุ : เพศชาย อายุ 35 ปี ทุนประกัน 100,000 บาท

สำนักหอสมุด

การที่เบี้ยประกันชีวิตของธนาคารแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันแม้จะเป็นแบบประกันที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันก็ตาม ทำให้การเปรียบเทียบราคาทำได้ค่อนข้างยาก เพราะแต่ละแบบประกันต่างก็ให้ผลประโยชน์ เงื่อนไขอย่างอื่นแทน เช่น สิทธิประโยชน์เงินจ่ายคืนระหว่างสัญญา เงินครบกำหนดสัญญา รวมถึงความคุ้มครองที่สูง เพื่อให้แบบประกันของตนมีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ พฤติกรรมดังกล่าวนี้ก็เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคานั้นเอง

อย่างไรก็ตามในการคำนวณราคาหรืออัตราเบี้ยประกันชีวิตจะมีองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ คือ

1. อัตราภาระ (Rate of mortality) หมายถึง อัตราการตายของผู้เอาประกันที่ประมาณได้ สำหรับตารางภาระ (Mortality Table) ซึ่งแสดงถึงอัตราการตายหรือความน่าจะเป็นที่ผู้เอาประกันภัยจะเสียชีวิต ณ อายุ ต่าง ๆ กันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันคือ ตารางภาระไทย พ.ศ. 2540 สร้างโดยกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ จะใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณอัตราเบี้ยประกันของธุรกิจประกันชีวิตไทย

2. อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) กรมการประกันภัยได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำของธุรกิจประกันชีวิตที่ใช้ในการคำนวณเบี้ยประกันชีวิตอยู่ที่ระดับร้อยละ 3 - 5 ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2549 เป็นต้นมา เพื่อให้บริษัทประกันชีวิตมีความยืดหยุ่นในการเลือกใช้อัตราดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสมกับความสามารถในการลงทุนของแต่ละบริษัท

3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท (Expense) ได้แก่ ค่าจ้างตัวแทน ค่าโฆษณา เครื่องเขียน แบบพิมพ์ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าภาษี เป็นต้น

ในการกำหนดอัตราเบี้ยประกันของธุรกิจประกันชีวิตนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของกรมการประกันภัย ตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ.2535 มาตรา 30 วรรคหนึ่ง “อัตราเบี้ยประกันที่บริษัทกำหนดจะต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียน”¹ ดังนั้นก่อนที่บริษัทจะนำอัตราเบี้ยประกันไปใช้ประกอบการตั้งยื่นขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียน ดังนั้นเบี้ยประกันของบริษัทจะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสม เบี้ยประกันจะต้องไม่ต่ำเกินไป (Underpricing) จนธุรกิจประกันภัยไม่สามารถอยู่รอดได้ และจะต้องไม่สูงเกินไป (Overpricing) จนเกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้เอาประกัน ด้วยเหตุดังกล่าวจึงส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยไม่สามารถที่จะกำหนดราคาได้อย่างเสรี จึงทำให้ไม่ค่อยมีการแข่งขันในด้านราคา พฤติกรรมการแข่งขันของบริษัทจึงเป็นแบบไม่ใช่ราคาเป็นสำคัญ และหันมาเน้นกลยุทธ์ในการแข่งขันแบบไม่ใช่ราคาแทน

¹ วารสารการประกันภัย ฉบับที่ 111 ฉบับประจำเดือนกรกฎาคม – กันยายน 2546 .

4.2.2 พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition)

กลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เป็นการแข่งขันที่หลีกเลี่ยงการใช้ราคาเป็นเครื่องมือ แต่ใช้ส่วนผสมทางการตลาดอย่างอื่นแทน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และการบริการ (Service)

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ Bannassurance ในประเทศไทยมีการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก โดยส่วนใหญ่แต่ละบริษัทจะออกกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีจุดเด่นเฉพาะ เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างในสินค้าจากคู่แข่ง (Product Differentiation) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value Added) ส่วนใหญ่จะเป็นแบบประกันที่เน้นความคุ้มครองและแบบประกันที่จัดทำเป็นแพ็คเกจ นอกจากนี้หลายบริษัทยังให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ประเภทบำนาญและเกษียณอายุ เนื่องจากการคาดการณ์ตลาดในอนาคตที่ประชากรผู้สูงอายุจะมีมากขึ้น

รูปแบบประกันและผลประโยชน์ของแบบประกันที่จำหน่ายผ่านธนาคาร ได้แก่

บริษัท ไทยพาณิชย์ นิวอर्डไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) มีแบบประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ 4 แบบ ดังนี้

1. แบบประกันสะสมทรัพย์ “สตาร์ทเตอร์พลัส” ให้ความคุ้มครองชีวิต 25 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี พร้อมเงินคืน 190% ของทุนประกันภัยเมื่อครบสัญญา มีการโฆษณาให้เห็นจุดเด่นผลิตภัณฑ์ว่า “คุ้มครอง...การออม คุ้มครอง...ชีวิต”

2. แบบประกันสะสมทรัพย์ “เซฟเวอร์พลัส 2007” ให้ความคุ้มครองชีวิต 14 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 6 ปี พร้อมเงินคืน 200% ของทุนประกันภัยเมื่อครบสัญญา มีการโฆษณาให้เห็นจุดเด่นผลิตภัณฑ์ว่า “คุ้มครอง...คนที่คุณรัก ปกป้องอนาคตของครอบครัว...”

3. แบบประกันสะสมทรัพย์ “ฟรีดอมพลัส” ให้ความคุ้มครองชีวิตถึงอายุ 70 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี พร้อมเงินคืน 200% ของทุนประกันภัยเมื่อครบสัญญา มีการโฆษณาให้เห็นจุดเด่นผลิตภัณฑ์ว่า “มั่นใจในทุกย่างก้าวของชีวิต”

4. แบบประกันสะสมทรัพย์ “นิเวทเซอร์พลัส” ให้ความคุ้มครองชีวิต 25 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี พร้อมเงินคืน 300% ของทุนประกันภัยเมื่อครบสัญญา มีการโฆษณาให้เห็นจุดเด่นผลิตภัณฑ์ว่า “สร้างความมั่นคง เพื่อความมั่นใจในชีวิต”

บริษัทกรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต มีแบบประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่าน ธนาคารกรุงไทย ค่อนข้างหลากหลาย กล่าวคือ

1. ประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ระยะสั้น “กรุงไทย ธนทวิ 10/6” ชำระเบี้ยประกัน 6 ปี รับเงินคืน 3% ของทุนประกันตั้งแต่วันที่ 6 เมื่อครบสัญญารับ 180% ของทุนประกัน พร้อมรับเงินปันผล 20%

2. แบบประกันระยะปานกลาง “กรุงไทย สิ้นเพิ่มพูน” ระยะเวลาคุ้มครองและระยะเวลาชำระเบี้ย 20ปี แบบประกันระยะยาว “กรุงไทยสิ้นเพิ่มสุข” และ “กรุงไทยสิ้นสุขเกษียณ” ระยะเวลาคุ้มครองและระยะเวลาชำระเบี้ย 25ปี และ 60 ปี ตามลำดับ

3. แบบประกันตลอดชีพ “Smart Protector” ชำระเบี้ยประกัน 25 ปี คุ้มครองจนถึงอายุ 90 ปี และ “กรุงไทยสิ้นมั่นคง” ชำระเบี้ยประกัน 12 ปี คุ้มครองจนถึงอายุ 85 ปี

มีการใช้กลยุทธ์เน้นข้อความโฆษณาผลิตภัณฑ์ว่า “ใช้ชีวิตอย่างมั่นใจกับกรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต” เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์และบริษัท

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต มีแบบประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่าน ธนาคารกรุงเทพ คือ แบบสะสมทรัพย์ระยะเวลา 15 ปี โดยกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นแบบประกันชีวิตสำหรับ “การสร้างหลักประกันที่มั่นคงให้ครอบครัว” เป็นการเน้นการมอบความรักและความห่วงใยให้แก่บุคคลในครอบครัว โดยมีแบบประกัน 3 แบบ คือ

1. ประกันชีวิตสะสมทรัพย์ Gain 1st 180 ชำระค่าเบี้ยประกัน 7 ปี ได้ผลตอบแทนทุกปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ 1 จนครบปีที่ 15 และได้รับเงินคืนเมื่อครบกำหนดสัญญา ในปีที 15 อีก 180% ของทุนประกัน

2. ประกันชีวิตสะสมทรัพย์ Gain 1st 250 ชำระค่าเบี้ยประกัน 7 ปี ได้ผลตอบแทนเมื่อครบกำหนดสัญญาในปีที 15 จำนวน 250% ของทุนประกัน

3. ประกันชีวิตสะสมทรัพย์ Gain 1st 220 ชำระเบี้ยประกัน 10 ปี ได้รับความคุ้มครอง 15 ปี รับผลตอบแทนทุกปี นับตั้งแต่สิ้นปีกรมธรรม์ปีแรก ในอัตรา 4 - 6% ของทุนประกัน เริ่มต้น รวม 75% ของทุนประกันเริ่มต้น และได้รับเงินคืนเมื่อครบกำหนดสัญญาอีก 145% ของทุนประกันเริ่มต้น คิดเป็นผลตอบแทนรวม 220% ของทุนประกันเริ่มต้น

บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต มีแบบประกันชีวิตที่จำหน่ายผ่าน ธนาคารกสิกรไทย 4 แบบ เช่นแบบประกันรวมข้าวสะสมทรัพย์ 18/12 ซึ่งจะเน้นจุดขายว่าเป็นแบบประกันเพื่อการศึกษา และเพื่อสะสมทรัพย์เพื่ออนาคต ให้คุ้มครองเต็มทุนประกันตลอดสัญญา ชำระเบี้ยประกัน 12 ปี ครบสัญญาปีที่ 18 รับเงิน 100% ของทุนประกัน

แบบประกันของธนาคารอื่น ๆ เช่น

- ธนาคารธนาชาติ มีแบบประกันชีวิตตลอดชีพ “ ธนาชาติ For Family” แบบประกันเพื่อการศึกษา “ธนาชาติ For Education” แบบประกัน “ธนาชาติ Quick Bonus” แบบประกัน “ธนาชาติ Happy Tax”

- ธนาคารนครหลวงไทย มีแบบประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ “แมกซ์ออมทรัพย์ 10/6” แบบประกันตลอดชีพ “แมกซ์เปี่ยมสุข 80/20”

สำหรับแบบประกันของธนาคารอื่น ๆ พิจารณาได้ตามตารางที่ 4.6

สินค้าในรูปแบบกรมธรรม์อาจมีลักษณะแตกต่างกันบ้างในสายตาผู้บริโภคแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ดี เนื่องจากสินค้าของผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีลักษณะเด่นของตัวเอง ความแตกต่างนี้อาจจะแตกต่างกันจริง ๆ หรือไม่จริงก็ได้ซึ่งเกิดจากการโฆษณา และความเชื่อถือของผู้บริโภค เช่นผู้ประกอบการรายใหญ่จะมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภค เนื่องจากมีความได้เปรียบในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เครือข่ายการให้บริการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การมีธุรกิจ Bancassurance จะทำให้เกิดประหยัดเนื่องจากขนาด (Economies of scale) ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพราะธนาคารพาณิชย์มีฐานลูกค้าจำนวนมาก มีเครือข่ายในการจัดจำหน่ายให้กับบริษัทประกันอยู่แล้วทั่วประเทศ เช่น สาขา พนักงาน เป็นต้น และผู้บริโภคได้รับบริการทางการเงินครบวงจร หรือ One Stop Service และจากการที่ธนาคารมีข้อมูลทางด้านการเงินและสถานภาพทางสังคมของลูกค้าอยู่แล้ว ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อ

นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดพึงพอใจและคงความภักดีในการใช้บริการธนาคารต่อไป กล่าวคือ เมื่อธนาคารทราบว่าฐานะทางการเงินของลูกค้าแต่ละคนเป็นอย่างไร มีบัญชีเงินฝากหรือสินเชื่อกับธนาคารมากน้อยแค่ไหน สถานภาพโสดหรือสมรส มีบุตรกี่คน ทำให้ธนาคารสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนทางการเงิน เลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้าได้ เช่น สถานภาพทางสังคมทำให้ทราบว่า แบบประกันแบบไหนเหมาะสมกับลูกค้า แบบประกันทุนการศึกษาสำหรับลูกค้าที่มีบุตร แบบประกันเกษียณอายุสำหรับลูกค้าที่ทำงานประจำ แบบประกันคุ้มครองเงินกู้สำหรับลูกค้าสินเชื่อ แบบประกันคุ้มครองอุบัติเหตุสำหรับลูกค้าที่เดินทางบ่อยหรือไม่มีสวัสดิการรักษายาบาลจากที่ทำงาน ส่วนสถานภาพทางการเงินของลูกค้าทำให้ธนาคารเลือกเบี้ยประกันและทุนประกันในระดับที่เหมาะสมกับลูกค้าได้

1.2 ด้านการบริการ (Service)

สำหรับการแข่งขันด้านการให้บริการอาจแบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ การให้บริการก่อนและหลังการขาย สำหรับบริการก่อนการขายเช่น การบริการด้านการตรวจสอบสุขภาพ ซึ่งมีทั้งตรวจสอบสุขภาพทางการเงินเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า และการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านการตรวจสอบสุขภาพเพื่อการพิจารณารับประกัน เช่น

บมจ.อยุธยาออลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต เพิ่มบริการใหม่ “ Mobile Medical Services” หรือหน่วยพยาบาลตรวจสอบสุขภาพเคลื่อนที่ถึงบ้าน ในปี 2549 เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่มีเวลา/ไม่สะดวกในการเดินทางมาตรวจสอบสุขภาพที่โรงพยาบาล คลินิก ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล และต่างจังหวัดบางแห่งเช่น เชียงใหม่ ลำพูน ชลบุรี สงขลา ภูเก็ต หาดใหญ่ นครปฐม

การให้บริการหลังการขายทางด้านการให้คำปรึกษาต่าง ๆ ของกรมธรรม์ การต่ออายุ การเรียกร้องค่าสินไหม พบว่าผู้ประกอบการต่างก็มีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังเช่น

บมจ.ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต เปิดศูนย์บริการลูกค้าใหม่เมื่อปี 2549 ตั้งอยู่ ณ บริเวณชั้น 1 อาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ครบวงจรอย่างเป็นทางการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพบริการหลังการขายให้ดียิ่งขึ้น

บมจ.อยุธยาออลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต มีบริการ “One Stop Service” หรือ “ทุกคำถามมีคำตอบ” โทร 1373 เพื่อให้บริการข้อมูลลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว บริการ “อยุธยาแคร์โกลด์เซอร์วิส” เพื่อให้ลูกค้าจะได้รับการประสานงานทั้งทางด้านการแพทย์และการบริการที่เป็นเลิศกับโรงพยาบาลในเครือข่ายอยุธยาแคร์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมจะมีผลทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของผู้ประกอบการที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นในธุรกิจได้

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจ Bancassurance ช่องทางการจัดจำหน่ายก็คือ ธนาคาร ดังนั้นธนาคารที่มีสาขาจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ได้กว้าง ก็จะสามารถทำให้นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้เป็นจำนวนมากและสร้างความสะดวกด้านการบริการ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ณ 30 เมษายน 2550 พบว่าธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงเทพ มีจำนวนสาขารวม 816 และ 714 สาขา ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7) ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในด้านความสะดวกของสถานที่การให้บริการ

นอกจากนี้จากการที่ธนาคารหลายแห่งมีการแข่งขันด้านสถานที่ทำการธนาคารนั้นคือมีการปรับปรุงรูปลักษณะสาขาให้ทันสมัยเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าการที่บริษัทประกันจะมีช่องทางการจำหน่ายผ่านสาขาธนาคารจำนวนมากและครอบคลุมทั่วพื้นที่ซึ่งจะทำให้การดำเนินธุรกิจ Bancassurance มีความได้เปรียบแล้วก็ตาม แต่ช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวจะต้องมีประสิทธิภาพด้วยนั่นหมายความว่า เจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาทางการเงินของบริษัทประกันและ/หรือพนักงานธนาคาร จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ มีความใส่ใจดูแลให้บริการ

ลูกค้าอย่างจริงจัง ย่อมจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และสามารถขยายตลาดได้รวดเร็วและต่อเนื่องต่อไปได้

ตารางที่ 4.7

สรุปจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั่วประเทศ

ณ วันที่ 30 เมษายน 2550

ธนาคาร	รวมสาขาเต็มรูปแบบและสาขาย่อย					
	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้	รวม
ไทยพาณิชย์	274	273	84	88	97	816
กรุงเทพ	190	222	114	124	94	744
ธนชาต	67	34	13	14	19	147
กสิกรไทย	191	199	72	75	60	597
กรุงไทย	175	218	113	109	98	713
กรุงศรีอยุธยา	188	193	62	57	62	562
ทหารไทย	162	142	50	60	58	472
ยูโอบี	90	35	9	9	10	153
นครหลวงไทย	139	141	34	40	49	403
ไทยธนาคาร	73	39	8	6	12	138

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

3.1 การโฆษณา (Advertising) มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทและสินค้าของบริษัทแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างภาพพจน์ของบริษัท ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้มีการจัดทำสื่อหลายรูปแบบทั้งผ่าน

ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ วิทยู วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น การโฆษณาจะเป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงคุณค่าที่แตกต่างหรือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของบริษัททางด้านต่าง ๆ เช่น ความมั่นคง ความมั่นใจ มีอาชีพ เช่น

- บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เน้นข้อความโฆษณาว่า “ร่วมเป็นหลักประกันเคียงคู่ชีวิตคุณ”
- บริษัท กรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “ใช้ชีวิตอย่างมั่นใจกับ กรุงไทยแอกซ่า ประกันชีวิต ”
- บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เน้นข้อความโฆษณาว่า “เคียงข้างทุกอย่างก้าว”
- บริษัท กรุงเทพ ประกันชีวิต จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “มั่นคง อบอุ่น ให้คุณมั่นใจ ”
- บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “ริเริ่ม..เติมเต็ม”
- บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “ เมืองไทยประกันชีวิต บริษัทของคนหัวคิดทันสมัย”
- บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสซิวรันส์ จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “มอบความเชื่อมั่นให้คนที่คุณ วางใจ”
- บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด เน้นข้อความโฆษณาว่า “ยึดมั่นในคุณธรรม นำหลักประกันสู่ชีวิต”

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากรูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างธนาคารพาณิชย์และบริษัทประกันภัยในการทำธุรกิจ Bancassurance หากโครงสร้างผู้ถือหุ้นและผู้บริหารของธนาคารและบริษัทประกันชีวิตเป็นคนในตระกูลเดียวกัน หรือพันธมิตร และถือหุ้นกัน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการต่างก็จะเน้นว่าเป็น “บริษัทในเครือของธนาคาร” เพราะธนาคารมีภาพพจน์ที่ดีและน่าเชื่อถือมากกว่า เช่นธนาคารไทยพาณิชย์ - บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ – บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด, ธ.กรุงศรีอยุธยา - บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน), ธนาคารกรุงไทย – บริษัท กรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด, ธนาคารกสิกรไทย - บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด

ค่าใช้จ่ายทางด้านการโฆษณาของธุรกิจประกันชีวิตช่วงปี 2545-2548 มีแนวโน้มลดลงตลอด (ตารางที่ 4.8) กล่าวคือ ปี 2545 มีค่าใช้จ่ายรวม 554 ล้านบาท ปี 2546 มีค่าใช้จ่ายรวม 519 ล้านบาท ปี 2548 มีค่าใช้จ่ายรวม 469 ล้านบาท และในปี 2549 มีค่าใช้จ่ายรวม 442 ล้านบาท บริษัทที่มีค่าใช้จ่ายทางด้านการโฆษณาสูงสุด 3 อันดับแรกในปี 2548 ได้แก่ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด และ บริษัท ฟินันซ่า ประกันชีวิต จำกัด มีค่าใช้จ่ายทางด้านการโฆษณา 214 ล้านบาท 87 ล้านบาท และ 24 ล้านบาท ตามลำดับ และหากพิจารณาค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาในปี 2548 ของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ลดลงอย่างมาก ได้แก่

1. บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด มีค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลดลงเป็นลำดับตั้งแต่ปี 2545 กล่าวคือ ปี 2545 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 31 ล้านบาท ปี 2546 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 30 ล้านบาท ปี 2547 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 17 ล้านบาท และปี 2548 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 13 ล้านบาท

2. บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) มีค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลดลงเป็นลำดับตั้งแต่ปี 2545 กล่าวคือ ปี 2545 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 106 ล้านบาท ปี 2546 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 121 ล้านบาท ปี 2547 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 67 ล้านบาท และปี 2548 ใช้จ่ายด้านโฆษณา 18 ล้านบาท

ส่วนบริษัทรายใหญ่ที่ค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้แก่

1. บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ใช้จ่ายด้านโฆษณาสูงสุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี 2549 มีค่าใช้จ่ายทางด้านการโฆษณา 214 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2548 จำนวน 35 ล้านบาท

2. บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด มีค่าใช้จ่ายทางด้านการโฆษณาค่อนข้างสูงเช่นกันและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2549 ใช้จ่ายด้านการโฆษณาเป็นเงิน 87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2547 จำนวน 30 ล้านบาท อาจเป็นเพราะ มีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบริษัทให้ดูทันสมัยขึ้น ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มสมัยใหม่วัยทำงาน

ตารางที่ 4.8

ค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต ปี 2545 - 2548

หน่วย : ล้านบาท

บริษัทประกันชีวิต	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548
บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด	31	30	17	13
บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	215	165	179	214
บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	106	121	67	18
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	-	2	7	5
บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	3	3	3	6
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	34	39	57	87
บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต	-	61	15	12
บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต	-	-	19	18
บริษัท กรุงเทพไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด	7	6	8	10
บริษัท ฟินันซ่า ประกันชีวิต จำกัด	-	40	73	24
บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด	-	-	3	2
บริษัท พรุเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน)	-	4	4	10
บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด	-	-	1	2
บริษัท ไทยคาร์ดีฟ ประกันชีวิต จำกัด	-	-	-	-
บริษัท มิลเลียมไลฟ์อินชัวร์นส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	-	-	-	-
รวมทั้งธุรกิจ	554	519	469	442

ที่มา : สมาคมประกันชีวิตไทยปี 2545-2548

3.2 การส่งเสริมการขาย เพื่อใช้ในการผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้นและเป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทส่วนใหญ่ส่งเสริมการขายใน 2 รูปแบบ คือ

- 1) การส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้า
- 2) การส่งเสริมการขายสำหรับตัวแทนของบริษัท นายหน้า/พนักงานธนาคาร

บริษัทประกันหลายแห่งจัดรายการการส่งเสริมการขายสำหรับพนักงานธนาคารเช่น การตั้งเป้ายอดขาย โดยจะมีรางวัลให้ถ้าสามารถทำยอดขายได้ตามเป้า เช่น รางวัลท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนการส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าธนาคารเช่นการจับรางวัล มีบริษัทประกันชีวิตหลายบริษัทที่ใช้กลยุทธ์นี้ โดยของรางวัลจะเป็นรถยนต์ ทองคำ และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ตารางที่ 4.9 แสดงถึงค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขายของบริษัทประกันชีวิตในช่วงปี 2545 -2548

ตารางที่ 4.9

ค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขายของบริษัทประกันชีวิต ปี2548

หน่วย : ล้านบาท

บริษัทประกันชีวิต	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548
บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด	156	301	304	410
บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	235	247	215	238
บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	358	399	270	329
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	-	76	113	122
บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	53	77	131	116
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	84	83	83	142
บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต	-	73	77	49
บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต	-	-	141	218
บริษัท กรุงไทยแอกซ่าประกันชีวิต จำกัด	31	16	25	58
บริษัท ฟินันซ่า ประกันชีวิต จำกัด	-	41	37	26
บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด	-	-	-	26
บริษัท พรุเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน)	25	27	34	40
บริษัท แมกซ์ประกันชีวิต จำกัด	-	1	117	103
บริษัท ไทยคาร์ทีฟ ประกันชีวิต จำกัด	-	-	-	-
บริษัท มิลเลียมิลีฟอินชัวร์รันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	-	1	3	10
รวมทั้งธุรกิจ	1,439	1,597	1,642	1,975

ที่มา : สมาคมประกันชีวิตไทยปี 2545-2548

ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายของบริษัทประกันชีวิตช่วงปี 2545-2548 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2548 บริษัทประกันชีวิตมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายทั้งสิ้น 1,975 ล้านบาท บริษัทที่ใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุดบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสซิวรันส์ จำกัด บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย 410 ล้านบาท 329 ล้านบาท และ 238 ล้านบาท ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและค่าใช้จ่ายทางการโฆษณา จะเห็นว่าโดยภาพรวมบริษัทประกันชีวิตจะเน้นใช้วิธีส่งเสริมการขายมากกว่า อาจเป็นเพราะการส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ง่ายขึ้น ส่วนรายการส่งเสริมการขายสำหรับตัวแทนนายหน้าจะเป็นการกระตุ้นให้หาลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดได้

3.3. การประชาสัมพันธ์ (Public relation) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทโดยการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นการโฆษณาและคืนกำไรแก่สังคม เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อบริษัท เพราะลูกค้าจะมองบริษัทในแง่ดีและช่วยส่งเสริมการภักดีต่อสินค้า กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น

- บมจ.ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี.ประกันชีวิต เลี้ยงอาหารฟรีแก่ผู้ด้อยโอกาสทุกต้นเดือนตลอดปี 2549 ในโครงการ “เอเอซีพี แบ่งปันกันอิ่ม”
- บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด มอบถุงยังชีพเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่ภาคเหนือตอนกลาง เป็นจำนวนเงินกว่า 200,000 บาท
- บมจ.ไทยพาณิชย์วิยอร์คไลฟ์ประกันชีวิต ในปี 2549มีกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น โครงการ “SCNYL รวมน้ำใจเพื่อช่วยเหลือน้อง ๆ ผู้ประสบภัยสึนามิ” โดยมอบทุนการศึกษา 67 ทุน และอุปกรณ์การศึกษาให้นักเรียนโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 36 จังหวัดภูเก็ต ที่กำพร้า และได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติสึนามิ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมสันตนาการ ประกวดวาดภาพ ภายใต้หัวข้อ “ออมเพื่ออนาคตกับ SCNYL” เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เด็ก ๆ , มอบเงินและจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวันแก่เด็กตาบอดผู้พิการซ้ำซ้อน มูลนิธิธรรมิกชนเพื่อคนตาบอด เป็นต้น

จากการศึกษาผลกระทบของ Bancassurance ต่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยในบทนี้ สรุปได้ว่า การร่วมมือทำธุรกิจร่วมกันระหว่าง

บริษัทประกันชีวิตและธนาคารพาณิชย์ในรูปแบบ Bancassurance นั้น ไม่ได้ทำให้โครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากไม่ได้มีผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของบริษัทประกันชีวิต การเปลี่ยนแปลงของบริษัทประกันชีวิตทางด้านการควบรวม/ร่วมทุนที่ผ่านมาเป็นเหตุผลทางด้านการเงินและการตลาดของบริษัท เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สามารถแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตต่อไปได้ ประกอบกับการเข้าสู่ธุรกิจประกันชีวิตมิได้เป็นอย่างเสรี กรรมการประกันภัยกระทรวงพาณิชย์ มีข้อกำหนด เงื่อนไขและวิธีการสำหรับการตั้งบริษัทประกันใหม่ หรือการที่ธนาคารพาณิชย์จะประกอบธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต ก็ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนจึงจะได้รับอนุญาต แต่ธุรกิจ Bancassurance ทำให้การขายประกันของบริษัทประกันชีวิตเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ บริษัทประกันชีวิตจะมีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีช่องทางตัวแทนเป็นช่องทางหลัก ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตจะมีมากขึ้นระหว่างบริษัทประกันชีวิต และธนาคาร แต่เนื่องจากการกำหนดอัตราเบี้ยประกันของธุรกิจประกันชีวิตไม่สามารถที่จะกำหนดได้อย่างเสรี ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกรรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ดังนั้น พฤติกรรมการแข่งขันของบริษัทประกันชีวิตจึงเป็นแบบไม่ใช่ราคาเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้

และเมื่อพิจารณาผลกระทบของ Bancassurance ต่อผู้ประกอบการประกันชีวิต และผู้บริโภค พบว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้เปรียบด้านภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค ช่องทางการจำหน่ายหรือสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กเสียเปรียบในการแข่งขัน แต่ก็ยังพบว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีพฤติกรรมแข่งขันระหว่างกันค่อนข้างสูงเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดส่งผลให้ประชาชนผู้รับบริการมีโอกาสเลือกบริษัทประกันชีวิต หรือสินค้าหรือประเภทรูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น และได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนได้รับความยุติธรรมด้านราคา นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาศักยภาพ ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพมากขึ้น มีการปรับปรุงนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการมากขึ้น มีการเน้นกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น และยังพบว่าตัวแทนนายหน้าประกันภัยจะขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาด้านคุณภาพและจรรยาบรรณสูงขึ้น