

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการ นอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ การพัฒนาคุณภาพของสินค้าทางด้านการผลิตแล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดและช่องทางที่จะสามารถสร้างการรับรู้จดจำ สร้างการยอมรับ รวมทั้งตอบสนองของความสะดวกรบายของผู้บริโภคได้อีกด้วย

ในธุรกิจประกันภัยก็เช่นกัน ด้วยอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากผู้บริโภคมีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัยมากขึ้น และเริ่มตระหนักถึงความไม่มั่นคงต่อชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง จึงหันมาหาสิ่งที่จะสามารถแบกรับภาระความเสี่ยงภัยต่าง ๆ แทนตนเองไว้ได้ ซึ่งก็คือ การทำประกันภัยนั่นเอง ดังนั้นบริษัทประกันภัยต่าง ๆ จึงเริ่มมีการปรับตัวและหากกลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ดังจะเห็นได้จากสถิติแสดงอัตราการเติบโตของธุรกิจประกันภัยในปี 2550 ที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1

แสดงจำนวนบริษัทประกันวินาศภัยในประเทศไทย

ณ เดือนมีนาคม 2551 แยกตามประเภท

ประเภทของธุรกิจ	บริษัทในประเทศ	สาขาบริษัทต่างประเทศ	รวม
ประกันชีวิต	24	1	25
ประกันวินาศภัย	68	5	73
ประกันสุขภาพ	6	-	6
ประกันภัยต่อ			
- ประกันชีวิต	1	-	1
- ประกันวินาศภัย	1	-	1
รวม	100	6	106

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, “จำนวนบริษัทประกันวินาศภัยในประเทศไทย,” <<http://www.oic.or.th>>, 15 กุมภาพันธ์ 2551.

ตารางที่ 1.2

แสดงการเปรียบเทียบจำนวนกรรมธรรม์ของธุรกิจประกันวินาศภัย

เดือนมกราคม - ธันวาคม ของปี 2550 กับปี 2549

(หน่วย : ราย)

ประเภทการรับประกันภัย	จำนวนกรรมธรรม์			
	ปี 2550	ปี 2549	เพิ่ม (ลด)	%
อัคร์ภัย	1,840,774	1,836,386	4,388	0.24
ภัยทางทะเลและขนส่ง	856,033	675,422	180,611	26.74
ตัวเรือ	5,213	1,862	3,351	179.97
สินค้า	850,820	673,560	177,260	26.32
ภัยรถ	24,349,117	22,629,943	1,719,174	7.60
โดยข้อบังคับแห่งกฎหมาย	19,474,120	18,387,118	1,087,002	5.91
โดยความสมัครใจ	4,874,997	4,242,825	632,172	14.90
ภัยเบ็ดเตล็ด	4,092,323	3,331,525	760,798	22.84
ความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	630,350	328,230	302,120	92.05
ความรับผิดชอบบุคคลภายนอก	14,730	10,812	3,918	36.24
วิศวกรรม	12,851	11,348	1,503	13.24
อากาศยาน	164	166	(2)	(1.20)
อุบัติเหตุส่วนบุคคล	2,892,384	2,173,903	718,481	33.05
สุขภาพ	225,949	116,071	109,878	94.66
พืชผล	4	0	4	100.00
อื่น ๆ	315,891	690,995	(375,104)	(54.28)
รวม	31,138,247	28,473,276	2,664,971	9.36

ที่มา : บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), “จำนวนกรรมธรรม์ของธุรกิจประกันวินาศภัย,”

<<http://www.thaire.co.th>>, 15 กุมภาพันธ์ 2551.

ตารางที่ 1.3

แสดงการเปรียบเทียบเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงของธุรกิจประกันวินาศภัย
เดือนมกราคม - ธันวาคม ของปี 2550 กับปี 2549

(หน่วย : พันบาท)

ประเภทการรับประกันภัย	เบี้ยประกันภัยรับจากการรับประกันภัยโดยตรง			
	ปี 2550	ปี 2549	เพิ่ม (ลด)	%
อัคคีภัย	7,103,797	7,174,044	(70,247)	(0.98)
ภัยทางทะเลและขนส่ง	3,826,287	3,869,111	(42,824)	(1.11)
ตัวเรือ	368,966	446,875	(77,909)	(17.43)
สินค้า	3,457,321	3,422,236	35,085	1.03
ภัยรถ	61,261,157	56,755,774	4,505,383	7.94
โดยข้อบังคับแห่งกฎหมาย	11,058,204	10,525,757	532,447	5.06
โดยความสมัครใจ	50,202,953	46,230,017	3,972,936	8.59
ภัยเบ็ดเตล็ด	28,456,701	27,292,284	1,164,417	4.27
ความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	5,512,598	5,149,920	362,678	7.04
ความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก	716,410	613,642	102,768	16.75
วิศวกรรม	2,609,378	2,570,434	38,944	1.52
อากาศยาน	1,053,078	1,489,364	(436,286)	(29.29)
อุบัติเหตุส่วนบุคคล	7,233,972	5,787,951	1,446,021	24.98
สุขภาพ	2,130,909	1,670,417	460,492	27.57
พืชผล	16	0	16	100.00
อื่น ๆ	9,200,340	10,010,556	(810,216)	(8.09)
รวม	100,647,942	95,091,213	5,556,729	5.84

ที่มา : บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), “จำนวนกรรมธรรม์ของธุรกิจประกันวินาศภัย,”
<<http://www.thaire.co.th>>, 15 กุมภาพันธ์ 2551.

จากสถิติเบื้องต้นจะเห็นว่าการแข่งขันในธุรกิจประกันวินาศภัยมีอัตราสูงขึ้นทุกปี ทำให้บริษัทประกันภัยต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวให้เหมาะสมตามสภาพการณ์ภายนอกอยู่ตลอดเวลา ซึ่งรวมทั้งบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่มีการปรับตัวมาโดยตลอด 60 ปี และเล็งเห็น

ความสำคัญของการตอบสนองความต้องการและเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงให้มากที่สุด โดยบริษัทได้หากกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความมั่นคง น่าเชื่อถือ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีความสะดวกรวดเร็วในการบริการลูกค้าด้วย และในยุคโลกไร้พรมแดน ด้วยระบบการสื่อสารที่ทันสมัย สามารถเชื่อมโยงติดต่อกันได้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารอย่าง อินเทอร์เน็ต (Internet) เข้ามามีบทบาทและใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง รวดเร็วลดปัญหาเรื่องระยะเวลาและสถานที่ลงได้ ดังนั้นทางบริษัทเทเวศประกันภัยจึงได้เห็นโอกาสของช่องทางใหม่ที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยไม่มีข้อจำกัด ผ่านทาง www.deves.co.th ซึ่งทำให้ช่องทางการขายประกันภัยผ่านทางออนไลน์แบบใหม่นี้มีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงแรงจูงใจหรือปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์

ประวัติบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ก่อนหน้าปี พ.ศ. 2489 รัฐบาลไทยโดยกระทรวงการคลังต้องรับภาระในการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยของค์การต่าง ๆ ของรัฐบาลให้แก่บริษัทประกันภัยปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัญหาที่น่าจะรับภาระแก้ไข โดยให้หน่วยงานของรัฐบาลจัดตั้งบริษัทประกันภัยขึ้นมาเสียเอง ดังนั้น นายวิจิตร ลุกลิตานนท์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ในสมัยนั้น จึงได้แจ้งนโยบายพิเศษให้สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จัดตั้งบริษัทประกันภัยขึ้นมา โดยเจตนารมณ์ที่แจ้งเป็นวัตถุประสงค์ไว้ในการประชุม “คณะกรรมการที่ปรึกษาจัดระเบียบทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” ครั้งที่ 9/2489 วันที่ 16 กันยายน 2489 ว่า “เพื่อรัฐบาลจะได้ประกันภัยของค์การของรัฐบาลไว้กับบริษัทนี้ ซึ่งเท่ากับเป็นส่วนหนึ่งขององค์การรัฐบาล ก็จะเป็นการช่วยรายจ่ายของรัฐบาลได้อย่างมากส่วนหนึ่ง” อีก 28 วันต่อมา เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2489 นายวิจิตร ลุกลิตานนท์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ได้เป็นประธานที่ประชุมคณะกรรมการจัดตั้งบริษัทประกันภัยตามนโยบายพิเศษที่ได้ให้แก่สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ไว้แล้ว และให้การรับรองชื่อบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด ตามที่นายปราโมทย์ พึ่งสุนทร ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพย์สินฯ เป็นผู้เสนอ

บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2490 โดยมีพนักงานเพียง 5 คน ทำงานเป็นเสมือนหน่วยงานส่วนหนึ่งของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ณ อาคารเลขที่ 173 วงศ์ดาวัลย์ ถนนราชสีมาเหนือ เทเวศร์ กรุงเทพฯ และได้ย้ายจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มาดำเนินธุรกิจที่มั่นคงด้วยหลักการ “คุ้มครองด้วยหลักฐาน บริการด้วยไมตรี” เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2530 ณ อาคารเทเวศประกันภัย ถนนราชดำเนินกลาง กรุงเทพมหานคร 10200 นอกจากการประกันอัคคีภัยทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

แล้ว บริษัทฯ ยังได้ขยายกิจการรับประกันภัยอัคคีภัยทั่วไป รับประกันภัยทางทะเลและขนส่งในปี 2518 และขยายกิจการรับประกันภัยเบ็ดเตล็ดในปี 2521 ซึ่งมีแบบกรมธรรม์ที่สามารถให้ความคุ้มครองอย่างกว้างขวางแก่ทุกประเภทของภัย สำหรับการรับประกันภัยรถยนต์ บริษัทฯ ได้เปิดบริการขึ้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2532 และในส่วนของช่องทางใหม่บนเว็บไซต์บริษัทเทเวศประกันภัย www.deves.co.th ได้เปิดดำเนินการในเชิงพาณิชย์เมื่อ 1 ธันวาคม 2549 (“การรับประกันภัย,” ออนไลน์, 2551)

ข้อมูลทางด้านประกันภัย

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับประกันวินาศภัยตามประเภทการรับประกันภัยหลัก 4 ประเภท ได้แก่ การรับประกันอัคคีภัย การรับประกันภัยทางทะเลและขนส่ง การรับประกันภัยเบ็ดเตล็ด และการรับประกันภัยรถยนต์ รายได้หลักจากการประกอบธุรกิจคือเบี้ยประกันภัย บริษัทฯ ได้นำไปลงทุนในสินทรัพย์ลงทุนประเภทต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบอื่น ๆ ภายใต้ข้อกำหนดว่าด้วยการลงทุนตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ได้แก่ การให้กู้ยืมเงินการลงทุนในหลักทรัพย์ ตั๋วสัญญาใช้เงิน พันธบัตร หุ้นกู้ รวมทั้งการฝากเงินในธนาคาร

ตารางที่ 1.4

แสดงโครงสร้างรายได้จากการรับประกันภัยทั้ง 4 ประเภท ในปี 2550

(หน่วย : พันบาท)

ประเภทการรับประกันภัย	2550		2549		2548	
	เบี้ยประกันภัย	%	เบี้ยประกันภัย	%	เบี้ยประกันภัย	%
อัคคีภัย	228,655	8.09	226,645	8.30	251,020	7.68
ทะเลและขนส่ง	98,191	3.47	109,119	4.00	115,246	3.52
รถยนต์	756,402	26.75	581,462	21.29	903,703	27.64
เบ็ดเตล็ด	1,744,125	61.69	1,813,771	66.41	2,000,000	61.16
รวม	2,827,373	100.00	2,730,997	100.00	3,269,970	100.00

ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2550(กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายการจัดการการสื่อสารองค์กร บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), 2551), น.31.

ตารางที่ 1.5

แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในปี 2550

(หน่วย : พันบาท)

ประเภทของการรับประกันภัย	ธุรกิจด้านประกันภัย		
	ลำดับ	เบี้ยประกันภัย	ส่วนแบ่งทางการตลาด
อัคคีภัย	10	228,655	8.09
ทะเลและขนส่ง	10	98,191	3.47
รถยนต์	30	756,402	26.75
เบ็ดเตล็ด	4	1,744,125	61.69
รวม	9	2,827,373	100.0

ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2550(กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายการจัดการการสื่อสารองค์กร บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), 2551), น.31.

ตารางที่ 1.6

แสดงรายได้จากการรับประกันภัยและการลงทุนเปรียบเทียบต่อรายได้รวม

(หน่วย : พันบาท)

ประเภท	2550	2549	2548
กำไรจากการรับประกันภัย	383,530	428,204	364,709
กำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในหลักทรัพย์	348	-66,196	2,939
ดอกเบี้ยและเงินปันผล	112,406	105,300	79,857
รวม	496,284	467,308	447,505

ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2550(กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายการจัดการการสื่อสารองค์กร บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), 2551), น.32.

2. การประกอบธุรกิจแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจประกันวินาศภัย คือ กรมธรรม์ประกันภัย ซึ่งเป็นรูปแบบตามมาตรฐานและข้อกำหนดหลักความคุ้มครองตามประเภทการประกันภัย การออกกรมธรรม์ทุกประเภทอยู่ภายใต้การควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ

ประกันภัย(คปก.) ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบในส่วนที่เกี่ยวกับเงื่อนไขความคุ้มครองและอัตราเบี้ยประกันภัย

สายผลิตภัณฑ์ คือ ประเภทของการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ซึ่งจำแนกเป็นประเภทหลักได้ 4 ประเภท หรือสายผลิตภัณฑ์คือ

1. การประกันอัคคีภัย
2. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง
3. การประกันภัยรถยนต์
4. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด

บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัย ครบทั้ง 4 ประเภทลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือประเภทของการประกันวินาศภัยทั้ง 4 ประเภทเป็นดังนี้

1. การประกันอัคคีภัย เป็นการประกันภัยความเสียหายอันเกิดจากไฟไหม้ คุ้มครองภัยที่เกิดขึ้นแก่ทรัพย์สิน โดยให้ความคุ้มครองตัวอาคารบ้านเรือนและสิ่งติดตั้งตั้งตรงตรา รวมทั้งทรัพย์สินที่อยู่ในอาคาร

2. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง เป็นการประกันความเสี่ยงภัยหรือความสูญเสียแก่ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยระหว่างการขนส่ง ทั้งทางทะเล ทางบก และทางอากาศ ตลอดเส้นทาง การขนส่ง ตามเงื่อนไขที่กำหนดในกรมธรรม์

3. การประกันภัยรถยนต์ เป็นการประกันภัยความเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์ ได้แก่ ความเสียหายที่เกิดแก่รถยนต์ เช่น การสูญหาย การบุบสลาย และความเสียหายที่รถยนต์ก่อให้เกิดขึ้นแก่ชีวิตและทรัพย์สินของบุคคลภายนอกและผู้โดยสาร การประกันภัยรถยนต์แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 การประกันภัยภาคบังคับตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535

3.2 การประกันภัยภาคสมัครใจ ตามที่ผู้มีกรรมสิทธิ์หรือผู้ครอบครองรถยนต์จะเลือกซื้อความคุ้มครองกับบริษัทประกันวินาศภัย

4. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด เป็นการประกันภัยความเสียหายอันเกิดจากการสูญเสียชีวิตหรือความเสียหายอันเนื่องมาจากภัยอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากการคุ้มครองของกรมธรรม์ประกันอัคคีภัย กรมธรรม์ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง กรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ และการประกันภัยเบ็ดเตล็ดของบริษัทฯ จำแนกเป็นประเภทที่สำคัญ 20 ประเภท เช่น การประกันภัยเครื่องบิน การ

ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยอุบัติเหตุระหว่างเดินทาง การประกันการเสียชีวิตทุกชนิด การประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ 3 เป็นต้น

3. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ในปี 2550 บริษัทฯ ได้นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับนโยบายการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นความระมัดระวังในเรื่องความเสี่ยงภัย และรักษาระดับการเติบโตที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯและยังคงมุ่งเน้นที่จะให้บริการการประกันวินาศภัยที่ดี โดยจัดทำกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า ด้วยอัตราเบี้ยประกันภัยที่ยุติธรรมและสามารถแข่งขันได้ โดยมีการดำเนินงานและการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานที่ดีคือ

1. ปรับนโยบายการรับประกันภัยโดยเพิ่มสัดส่วนการรับเสี่ยงภัยไว้เองสำหรับงานที่มีความเสี่ยงต่ำ เพิ่มระดับความสามารถของสัญญาประกันภัยต่อเพื่อรองรับงานที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น พัฒนาระบบการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและควบคุมค่าใช้จ่ายดำเนินงานให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน

2. กลยุทธ์การดำเนินงาน มุ่งคัดเลือกงานที่มีคุณภาพเพื่อมีผลกำไรอยู่ในระดับสม่ำเสมอ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเพิ่มช่องทางกระจายธุรกิจใหม่พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อดำเนินงานขยายตลาดและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น I-Insurance, Web Marketing & Service, E-Claim, I-Claim

3. กลยุทธ์คุณภาพการให้บริการ แยกส่วนระบบบริหารงานคุณภาพมาจัดตั้งเป็นหน่วยงานหลักเพื่อดำเนินการยกระดับคุณภาพการให้บริการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. กลยุทธ์ทางการตลาด จัดตั้งฝ่ายการตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างครบถ้วน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและรองรับการดำเนินงานของสายงานการตลาดตามช่องทางเฉพาะของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น

4. ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของ บริษัท เทเวศประกันภัยจำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยธุรกิจเอกชน องค์กรในภาครัฐบาล ลูกค้าในกลุ่มสถาบันการเงิน และกลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกเป็น 2 กลุ่มหลักคือ

1. ลูกค้าสถาบัน ได้แก่ บริษัทเอกชน และองค์กรในภาครัฐบาล
2. ลูกค้าบุคคล ได้แก่ ลูกค้าบุคคลทั่วไป

5. การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัท เทเวศประกันภัยมีธุรกิจซึ่งสามารถ
จำแนกช่องทางการจำหน่ายเป็น 4 ช่องทางหลัก คือ

1. การขายผ่านสำนักงานสาขา บริษัท เทเวศประกันภัยจำกัด (มหาชน) มีจุดบริการ
ณ ที่ทำการของลูกค้า 5 แห่ง มีสำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และสาขาในส่วนภูมิภาคอีก
13 แห่ง ในจังหวัดที่มีกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ตั้งอยู่ ทำให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างสะดวก
รวดเร็ว วัตถุประสงค์ในการพัฒนาสาขา และศูนย์บริการเพื่อขยายตลาดใหม่ในภูมิภาค และ
ประชาสัมพันธ์บริษัทฯ ในระดับท้องถิ่นด้วย เบี้ยประกันภัยรับจากช่องทางสาขาของบริษัทฯ มี
สัดส่วนร้อยละ 6.83 ของเบี้ยประกันภัยรับรวม

2. การขายโดยผ่านสายงานการตลาด บริษัท เทเวศประกันภัยจำกัด (มหาชน) แบ่ง
สายงานทางการตลาดออกเป็น 6 สายงานหลัก ซึ่งครอบคลุมการจำหน่ายตามกลุ่มลูกค้าทุก
กลุ่ม ช่องทางการจำหน่ายผ่านสายงานการตลาดของบริษัทฯมีเบี้ยประกันภัยรับคิดเป็นสัดส่วน
ร้อยละ 81.73 ของเบี้ยประกันภัยรับรวม

2.1 การตลาด 1 ลูกค้ากลุ่มปูนซีเมนต์ไทยและตัวแทนต่างประเทศ

2.2 การตลาด 2 ลูกค้ากลุ่มนายหน้านิติบุคคลต่างประเทศ

2.3 การตลาด 3 ลูกค้ากลุ่มธุรกิจเช่าซื้อ

2.4 การตลาด 4 ลูกค้ากลุ่มสถาบันการเงิน

2.5 การตลาด 5 ลูกค้านายหน้านิติบุคคลไทย

2.6 การตลาด 6 กลุ่มลูกค้าตัวแทนประกันภัย

3. ช่องทางอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.43 ของเบี้ยประกันภัยรับรวม

4. การรับประกันภัยต่อ นอกจากการรับประกันภัยโดยตรงจากลูกค้าทั่วไปแล้ว บริษัทฯ
ยังทำการรับประกันภัยต่อจากบริษัทผู้รับประกันภัยในธุรกิจประกันวินาศภัยอีกด้วย โดยบริษัทฯ
จะคัดเลือกบริษัทประกันภัยที่มีนโยบายรับเสี่ยงภัยเช่นเดียวกับบริษัทฯ มีมาตรฐานการพิจารณา
รับประกันภัยใกล้เคียงกันดำเนินธุรกิจร่วมกันทั้งในรูปแบบการรับประกันภัยต่อ และเอาประกันภัย
ต่อซึ่งกันและกัน เป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ช่องทางจากการรับประกันภัยต่อ มีสัดส่วนเบี้ย
ประกันภัยรับต่อที่ร้อยละ 5.04 ของเบี้ยประกันภัยรับรวมซึ่งกระจายอยู่ในช่องทางต่าง ๆ

ประวัติของ www.deves.co.th

จากแนวโน้มของอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจประกันวินาศภัย ทำให้บริษัทเทเวศ
ประกันภัย จำกัด (มหาชน) มองหาช่องทางที่จะแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่ม

ธุรกิจประกันวินาศภัยให้มากขึ้น จึงเล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่จะสามารถเข้าถึงไลฟ์สไตล์โดยตรงของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว และเหมาะสมกับสังคมที่เร่งรีบในปัจจุบัน

www.deves.co.th ได้เปิดใช้งานครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเทเวศประกันภัย และต่อมาในเดือน ธันวาคม ปี 2549 ได้ใช้ในเชิงพาณิชย์ เพื่อดำเนินธุรกิจขายประกันภัยผ่านทางออนไลน์ ที่ลดข้อจำกัดในการทำธุรกิจแบบเดิม ๆ ในเรื่องของเวลาและสถานที่ ซึ่งในส่วนข้อมูลบนเว็บไซต์จะแบ่งเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ อันได้แก่ ข้อมูลด้านประกันภัยประเภทต่าง ๆ การให้บริการสอบถามข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง (Live Chat) และคำนวณเบี้ยประกันภัย การให้บริการเคลมผ่านทางออนไลน์ การติดต่อกับบริษัททั้งสำนักงานใหญ่และสาขา การชำระเบี้ยประกันภัยทางออนไลน์ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และการสมัครเข้าร่วมงาน

2. ส่วนของการให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประวัติบริษัท จะนำเสนอนโยบาย อุดมการณ์ ธุรกิจ จรรยาบรรณของบริษัท วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผังองค์กร ข้อมูลผู้ถือหุ้น และรายงานประจำปี

3. ส่วนของข่าวสารองค์กรสำหรับผู้ถือหุ้น ตัวแทนและบริษัท โพรกเกอร์ รวมทั้งบุคคลภายนอกที่สนใจ จะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบริษัทและประกันวินาศภัย

ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้ตั้งวัตถุประสงค์ในการสื่อสารผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสม ดังนี้

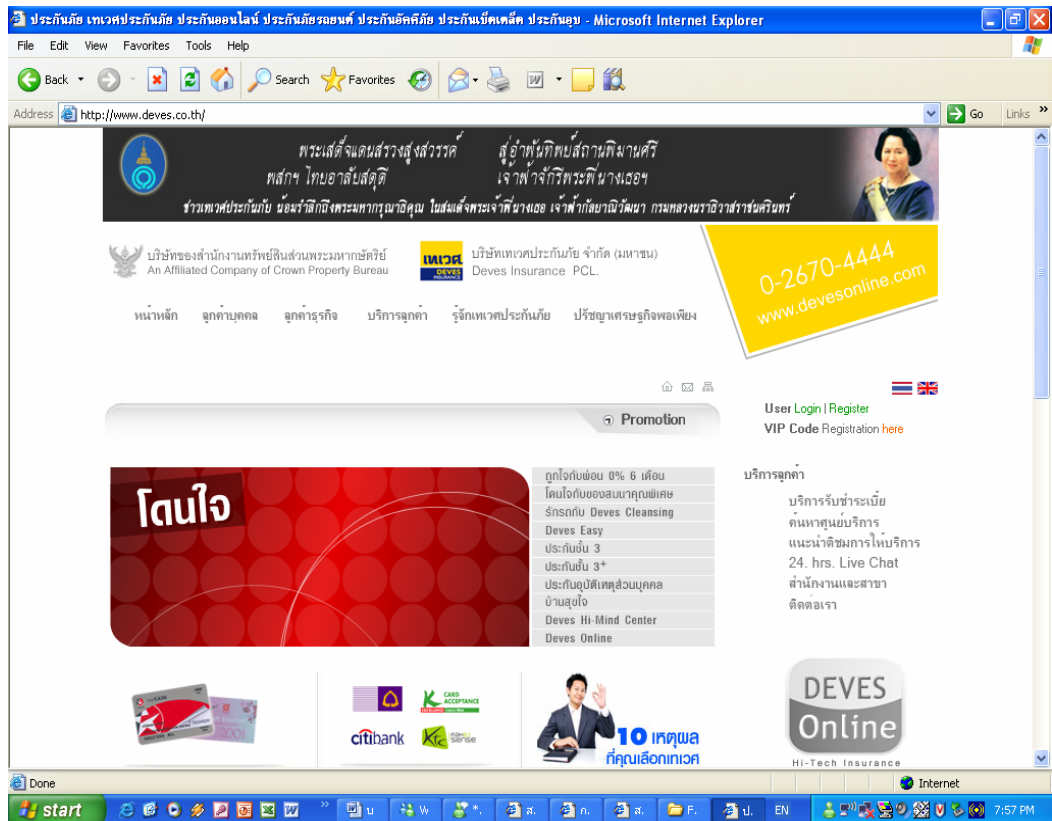
1. เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ลูกค้าผู้ใช้ประกันภัยรถยนต์กับบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผ่านทาง www.deves.co.th ซึ่งต้องการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้าสามารถเข้ามาคำนวณเบี้ยประกันภัยและซื้อประกันภัยผ่านทางเว็บไซต์ พร้อมชำระค่าเบี้ยประกันภัยได้ด้วยตนเอง ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่ต้องมาที่บริษัท

2. เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายรอง คือ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ถือหุ้น ตัวแทนและบริษัท โพรกเกอร์ ด้วยการแจ้งนัดหมายการประชุมของผู้ถือหุ้น ข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัทฯ และในส่วนของตัวแทนและบริษัทโพรกเกอร์ จะเป็นการให้ข้อมูลคุณสมบัติในการสมัครเป็นตัวแทนขายประกันภัยของบริษัทฯ

3. เพื่อใช้ www.deves.co.th ในการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทฯ เป็นการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประกันวินาศภัย รวมทั้งข้อมูลของบริษัทแก่ประชาชนทั่วไปที่สนใจ โดยเป็นข้อมูลที่ง่ายต่อความเข้าใจ สามารถเข้าถึงลูกค้า

ภาพที่ 1.1

แสดงตัวอย่างหน้าเว็บไซต์บริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

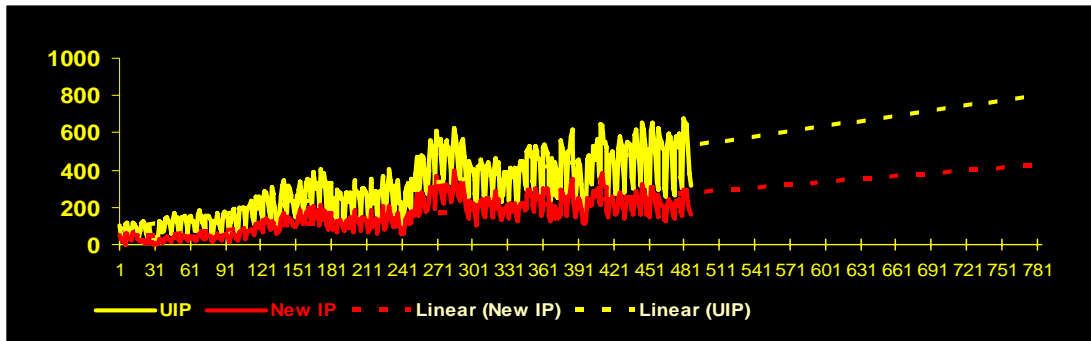


ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), <www.deves.co.th>, 15 มีนาคม 2551.

ทั้งนี้ตั้งแต่การเริ่มดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ของ www.deves.co.th ในช่วงเดือน ธันวาคม 2549 จนถึงปัจจุบันมีวัตถุประสงค์เพื่อการขายประกันภัยรถยนต์ ที่สามารถซื้อผ่านทางออนไลน์ได้ ทั้งภาคบังคับ (พรบ.) และภาคสมัครใจ ซึ่งมีความอัตรการเติบโตของธุรกิจสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้จากกราฟที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Unique IP) ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความสอดคล้องกับเบี้ยประกันภัยรับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2549 ที่มีเบี้ยประกันภัยรับจากการขายประกันภัยรถยนต์อยู่ที่ 10,000 บาท จนถึงเดือนมีนาคม 2551 ที่มีเบี้ยประกันภัยรับอยู่ที่ 150,000 บาท ซึ่งมีความอัตรการเบี้ยประกันภัยสูงขึ้นตามลำดับ ดังกราฟที่ 1.2 แสดงจำนวนเบี้ยประกันภัยรับจากการขายประกันภัยรถยนต์ผ่านทาง www.deves.co.th ดังนี้

แผนภูมิที่ 1.1

แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Unique IP)



ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), <www.deves.co.th>, 15 มีนาคม 2551.

แผนภูมิที่ 1.2

แสดงจำนวนเบี่ยประกันภัยรับจากการขายประกันภัยรถยนต์ผ่านทาง www.deves.co.th



ที่มา : บริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน), <www.deves.co.th>, 15 มีนาคม 2551.

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยยังมีช่องว่างของส่วนแบ่งทางการตลาดที่น่าสนใจ และยังเป็นธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้หลาย ๆ บริษัทต้องให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการพัฒนาให้ทันต่อการแข่งขัน รวมทั้งต้องหันมาให้ความสนใจกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น และในกลุ่มของธุรกิจประกันภัยทางบริษัท เทเวศประกันภัยจำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นความสำคัญด้านนี้เป็นอย่างมาก จึงได้สร้าง www.deves.co.th ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางใหม่ในการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้นตามลำดับและอาจเป็นช่องทางที่จะสามารถสร้างรายรับให้กับบริษัทฯ

ได้ในอนาคต ซึ่งทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจว่าอะไรคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ของ www.deves.co.th

ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อประกันภัยทางออนไลน์ผ่าน www.deves.co.th เป็นอย่างไร
2. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันภัยผ่านทาง www.deves.co.th อย่างไร
3. กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทาง www.deves.co.th อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการผ่าน www.deves.co.th
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่าน www.deves.co.th

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกันภัย ผ่าน www.deves.co.th แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่าน www.deves.co.th

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาจากลูกค้าที่มีการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทาง www.deves.co.th โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในช่วงเดือนเมษายน 2551

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ทางออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางด้านประกันภัยออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยทางการตลาดออนไลน์

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ปัจจัยด้านราคา (Price)
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
- ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง (Personalization)
- ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)

2. ปัจจัยอื่น ๆที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์

- รูปแบบและความน่าสนใจของเว็บไซต์
- ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์
- ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการหรือการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ประกันภัยออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด(มหาชน)ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปกลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับประกันภัยหรือบริษัทประกันภัย (Insurer) หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งมีหน้าที่ในการพิจารณารับประกันภัย ตลอดจนจนชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับประกันภัย เมื่อมีเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้นตามที่ได้ระบุไว้ในสัญญาของการประกันภัย

ผู้เอาประกันภัย (Insured) หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งมีหน้าที่เปิดเผยข้อความจริงเพื่อการพิจารณาของผู้รับประกันภัยว่าจะรับหรือไม่รับประกันภัย ตลอดจนมีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันภัย และเมื่อเกิดความเสียหายขึ้นกับวัตถุที่เอาประกันภัยไว้ ผู้เอาประกันภัยก็มีสิทธิในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนตามความเสียหายที่แท้จริง

เบี้ยประกันภัย (Premium) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องจ่ายให้แก่ผู้รับประกันภัยตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ในสัญญา ซึ่งการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยจ่ายเป็นรายปี ตามความคุ้มครองที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย

ทุนประกันภัย หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย (Sum Insured) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้รับประกันภัยจะต้องจ่ายตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ เมื่อภัยและความเสียหายเกิดขึ้นแก่ผู้เอาประกันภัย

ลักษณะการประกันภัยรถยนต์ หมายถึง รายละเอียดของกรมธรรม์และวิธีการทำประกันภัย ตั้งแต่รูปแบบของกรมธรรม์ ความคุ้มครอง ระยะเวลา วงเงินประกันภัย และเบี้ยประกันภัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)
4. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับและการตัดสินใจซื้อประกันภัยผ่านทางออนไลน์ของบริษัทเทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน)
5. เพื่อได้มาซึ่งองค์ความรู้ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยทางออนไลน์ของบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด (มหาชน) และนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในวางแผนและปรับปรุงเว็บไซต์ต่อไป

กรอบแนวความคิด
แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยออนไลน์ผ่านทาง www.deves.co.th

