

Bancassurance

นางสาวสุวรรณี เจษฎาศักดิ์
ผู้บริหารทีม
ฝ่ายกลยุทธ์สถาบันการเงิน

สวัสดิคะท่านผู้อ่าน จากบทความที่ผู้เขียนได้เขียนไปในครั้งที่แล้ว ได้เล่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การออมเงินในด้านต่างๆ ซึ่งสิ่งที่พูดถึงเป็นหัวข้อหลักก็คือผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝาก และการทำประกันชีวิต ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในระยะหลังๆ ซึ่งจากข้อมูลในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการประกันภัยพบว่า ในช่วง 10 ปี (พ.ศ.2542-2552) ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ประกันภัยของไทยมีอัตราการขยายตัวของเบี้ยประกันภัยรับถึงร้อยละ 196.26 หรือเป็นอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12.07 ต่อปี และมีสัดส่วนเบี้ยประกันภัยรับโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Insurance Penetrations) เพิ่มจากระดับร้อยละ 2.6 ในปี 2542 เป็นร้อยละ 4.07 ในปี 2552

การขยายตัวของธุรกิจประกันภัยข้างต้นนั้น เห็นว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ก็น่าจะมาจากนโยบายของทางการที่สนับสนุนการทำประกัน โดยเฉพาะการทำประกันชีวิตที่อนุญาตให้ผู้ซื้อประกันชีวิตสามารถนำเงินที่จ่ายเป็นค่าเบี้ยประกันมาหักลดหย่อนในการคำนวณภาษีได้

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งน่าจะมาจากการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะช่องทางการขายผ่านธนาคารพาณิชย์ หรือที่เรียกว่า Bancassurance ซึ่งได้รับความนิยมมากเมื่อเทียบกับช่องทางการขายอื่นที่มีมานานกว่า แต่กลับไม่ได้รับความนิยม เช่น การขายผ่านไปรษณีย์ และการขายผ่านโทรศัพท์ (Tele Marketing) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ช่องทางการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิต (agents) ก็ยังคงมีบทบาทอยู่มากเช่นกัน

คำว่า “Bancassurance” นั้น มีที่มาจากคำว่า “Bank Insurance Model” ซึ่งเป็นชื่อเรียกของรูปแบบการขายประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ โดยธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นนายหน้าขายประกันให้กับบริษัทประกันต่างๆ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ให้ธนาคารพาณิชย์ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ การให้บริการแนะนำ เผยแพร่แผ่นพับโฆษณา

ของบริษัทประกันภัย รวมถึงการเป็นนายหน้าประกันภัย ซึ่งการเป็นนายหน้าประกันภัยนี้ธนาคารพาณิชย์ก็จะต้องได้รับใบอนุญาตจากสำนักงาน คปภ. ก่อนเช่นกัน รวมทั้ง ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน คปภ. และ ธปท. กำหนด

การทำ Bancassurance นี้ มีตัวเลขการเติบโตสูงมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยบริษัทประกันสามารถใช้เครือข่ายสาขาของธนาคารพาณิชย์ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศรวมทั้งขยายฐานลูกค้าไปยังฐานลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ได้อีกด้วยเช่นกัน ซึ่งบริการในลักษณะนี้ทั้ง ไม่ใช่เพียงบริษัทประกันเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ในการขยายธุรกิจดังกล่าวข้างต้น แต่ธนาคารพาณิชย์ และลูกค้า ต่างก็ได้รับประโยชน์ด้วยเช่นกัน โดยบริษัทประกันก็จะจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารพาณิชย์ในการให้บริการดังกล่าว สำหรับลูกค้าก็มีโอกาสเลือกซื้อประกัน ได้สะดวกยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี ในการซื้อประกันซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกนี้ ผู้บริโภคก็ต้องศึกษาเงื่อนไขของกรมธรรม์ แผนการใช้เงินของตัวเอง รวมทั้งเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับให้ดี โดยจะต้องพิจารณาว่าลักษณะการออมที่ท่านเลือกนี้เป็นการฝากเงินหรือการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งหากเป็นการประกันชีวิตก็จะไม่ได้รับการคุ้มครองเงินฝากจากสถาบันคุ้มครองเงินฝาก และธนาคารพาณิชย์เป็นเพียงนายหน้าขายประกันให้กับบริษัทประกันเท่านั้น

บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย
เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 16 - 18 มิถุนายน 2554