

โครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันภัย

1. โครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันภัย (Market Structure of Insurance Industry)

ตลาดการประกันภัยในที่นี้หมายถึง การที่ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันภัยและผู้ขายกรมธรรม์ประกันภัย (บริษัทประกันภัย) สามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายกรมธรรม์ประกันภัยสำหรับโครงสร้างตลาดของธุรกิจประกันภัยจะมีลักษณะเป็นตลาดประเภทใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อโครงสร้างตลาด เช่น จำนวนผู้ขาย คือ บริษัทประกันภัย โดยสมมติว่าผู้ซื้อประกันภัยมีจำนวนมากมีความเหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันในสินค้าหรือกรมธรรม์ประกันภัย และวิธีการกำหนดราคาสินค้าหรืออัตราเบี้ยประกันภัย เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการกำหนดประเภทของตลาดการประกันภัย โดยประเภทของตลาดการประกันภัยจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงโครงสร้างของธุรกิจประกันภัยที่มีการแข่งขันมากน้อยเพียงใด ตลาดการประกันภัยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1.1 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition)

คือ ตลาดที่มีผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยจำนวนมากขายสินค้าหรือกรมธรรม์ประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ

1.2 ตลาดผู้ขายมาราย (Monopolistic Competition)

คือ ตลาดที่มีผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยแต่ละรายจำนวนมากต่างเผชิญกับสภาพการณ์ที่มีลักษณะกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ในการขายสินค้าหรือกรมธรรม์ประกันภัย ที่ให้ความคุ้มครองที่แตกต่างกันแต่สามารถใช้แทนกันได้ และการเข้ามาดำเนินธุรกิจ

ของผู้ผลิตหรือบริษัทประกันรายใหม่ รวมทั้งการออกไปจากธุรกิจของบริษัทประกันรายเก่าเป็นไปได้อย่างเสรีทำให้ตลาดผู้ขายมารายจะมีส่วนประกอบของทั้งตลาดผูกขาดและตลาดแข่งขันสมบูรณ์รวมอยู่ด้วยกัน โครงสร้างตลาดแบบนี้เสนอโดย Edward Chamberlin ในปี ค.ศ. 1933

ความเหมือนกันของตลาดผู้ขายมารายกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์อยู่ที่ตลาดผู้ขายมารายมีผู้ขายหรือบริษัทประกันจำนวนมาก ปริมาณขายหรือจำนวนเบี้ยประกันภัยของผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยแต่ละรายจะเป็นส่วนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณขายหรือยอดรวมของเบี้ยประกันภัยทั้งหมดในตลาดการประกันภัย อัตราเบี้ยประกันภัยของบริษัทประกันภัยแต่ละรายจะไม่มีผลกระทบต่อดราเบี้ยประกันภัยของตลาดการประกันภัยโดยรวม และการเข้ามาดำเนินธุรกิจของบริษัทประกันภัยรายใหม่และการเลิกการดำเนินธุรกิจของบริษัทประกันภัยรายเก่าจะสามารถทำได้โดยเสรีปราศจากข้อกีดขวาง

ส่วนความเหมือนกันของตลาดผู้ขายมารายกับตลาดผูกขาดอยู่ตรงที่สินค้าหรือกรรมธรรม์ประกันภัยที่ระบุรายละเอียดของความต้องการการประกันภัยในตลาดผู้ขายมารายแม้จะใช้แทนกันได้แต่ก็มีความแตกต่างกัน จนทำให้ผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยมีอำนาจผูกขาดในสินค้าหรือกรรมธรรม์ประกันภัย และสามารถที่จะกำหนดราคาสินค้าหรืออัตราเบี้ยประกันภัยของตนได้ ความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประกันภัยมีได้ 2 รูปแบบ คือ

- ความแตกต่างในแนวดิ่ง (vertical differentiation) คือ กรรมธรรม์ประกันภัยที่ใส่เงื่อนไขในการใช้เหมือนกัน แต่มีความแตกต่างในคุณภาพ ตัวอย่างเช่น บริษัทประกันภัย A ขายกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภทหนึ่ง ที่มีความคุ้มครองในกรณีรถยนต์ชนกัน รถยนต์ไฟไหม้ และรถยนต์ถูกขโมย เหมือนกันกับกรรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันภัย B แต่คุณภาพของการให้บริการของทั้งสองบริษัทนี้มีความแตกต่างกัน เช่น บริษัทประกันภัย A มีความรวดเร็วในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน และมีความถูกต้องของจำนวนค่าสินไหมทดแทนมากกว่าการบริการที่บริษัทประกันภัย B มีให้กับผู้เอาประกันภัย เป็นต้น ซึ่งผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์บางรายอาจยินดีที่จะซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภทหนึ่งจากบริษัทประกันภัยที่ให้คุณภาพ

การบริหารที่ดีแก่ลูกค้า ถึงแม้ว่าจะมีอัตราเบี้ยประกันภัยสูงกว่าอีกบริษัทหนึ่งก็ตาม

- ความแตกต่างในแนวนอน (horizontal differentiation) คือ กรรมธรรม์ประกันภัยที่ให้ประโยชน์และคุณภาพในการใช้เหมือนกันทุกประการ แต่ความแตกต่างของการเลือกซื้อของผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยอาจเกิดจากสถานที่ หรือวิธีการจำหน่ายสินค้า (กรรมธรรม์ประกันภัย) ของผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยก็ได้ เช่น บริษัทประกันภัย C มีการขายกรรมธรรม์ประกันภัยผ่านตัวแทนประกันภัย ส่วนบริษัทประกันภัย D อาจขายผ่านธนาคาร (bancassurance) เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามช่องทางจำหน่าย (distribution channel) ได้ก็จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภคเอง

1.3 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

คือ ตลาดที่มีผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยจำนวนน้อยราย (ในกรณีที่มีผู้ขายเพียง 2 ราย เราเรียกตลาดดังกล่าวว่า duopoly) ที่ขายสินค้าหรือกรรมธรรม์ประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองเหมือนกัน (identical product) หรืออาจแตกต่างกัน (differentiated product) ทั้งแตกต่างในแนวดิ่งหรือแตกต่างในแนวนอนดังที่กล่าวข้างต้น แต่กรรมธรรม์ประกันภัยเหล่านั้นสามารถใช้ทดแทนกันได้ (substitute product)

บริษัทประกันภัยแต่ละรายไม่เป็นอิสระต่อกันและกันและอาจมีการแข่งขันกับบริษัทประกันภัยอื่นอยู่เสมอ หมายความว่า การกระทำของบริษัทประกันภัยหนึ่งจะมีผลกระทบต่ออีกบริษัทหนึ่ง และในทางปฏิบัตินั้น การเข้ามาของผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยรายใหม่เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แม้จะไม่ได้ถึงกับเป็นไปไม่ได้เลย ซึ่งอาจมีสาเหตุหลายประการ เช่น การจัดตั้งบริษัทประกันภัยเพื่อประกอบธุรกิจประกันภัย (การผลิต) อาจต้องใช้เงินทุนสูงมากและต้องได้รับอนุญาตจากภาครัฐ เป็นต้น

1.4 ตลาดผูกขาด (Monopoly)

คือ ตลาดที่มีผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยเพียงรายเดียวที่ขายสินค้าหรือกรรมธรรม์ประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองการประกันภัยแบบที่ไม่มีสินค้าอื่นหรือกรรมธรรม์ประกันภัยแบบอื่นใช้ทดแทนได้เลย หรือไม่สามารถใช้ทดแทนได้ นัก รวมฟังก์ชันที่ผู้ประกอบการรายใหม่หรือบริษัทประกันภัยรายใหม่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจนั้นไม่สามารถ

ทำได้อย่างเสรี ซึ่งอาจเป็นผลจากการที่ผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยเดิมที่ดำเนินธุรกิจอยู่เป็นผู้ผูกขาดในปัจจัยการผลิตหรือเทคโนโลยีการผลิต (การออกกรมธรรม์ประกันภัย ที่ให้ความคุ้มครองการประกันภัยแบบต่างๆ) แต่เพียงผู้เดียว หรือมีข้อจำกัดทางกฎหมายในการเข้ามาของบริษัทประกันภัยรายใหม่ ทำให้บริษัทประกันภัย (ผู้ขาย) ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ ไม่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากบริษัทประกันภัยรายใหม่

2. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ของธุรกิจประกันภัย (Perfect Competition Market in Insurance Industry)

ตามแนวคิดทฤษฎีเชื่อว่าการแข่งขันคือปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพ การผลิตหรือการค้าดำเนินธุรกิจผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยจะมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และความคุ้มครองใหม่ๆ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย จะให้การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง รวมทั้งราคาสินค้าหรืออัตราเบี้ยประกันภัยจะถูกลง ทำให้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันของผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยจะตกอยู่กับผู้บริโภคหรือผู้เอาประกันภัย และแม้กระทั่งผลประโยชน์เหล่านั้นอาจมีผลถึงสังคมโดยรวมอีกด้วย ในขณะที่การผูกขาดโดยมีผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยเพียงรายเดียวจะก่อให้เกิดผลในทิศทางตรงข้าม คือ ทำให้ผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยไม่สนใจในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการให้บริการลูกค้า ไม่มีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ หรือความคุ้มครองการประกันภัยใหม่ๆ ที่ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือประชาชนโดยทั่วไป หรือมีเกิดขึ้นแต่อาจเกิดขึ้นช้า รวมทั้งผู้ผลิตหรือบริษัทประกันภัยอาจจะเลยในการแข่งขันในเรื่องราคาหรืออัตราเบี้ยประกันภัย ทำให้สุดท้ายแล้วเกิดผลเสีย และผลเสียนั้นจะตกอยู่กับผู้บริโภคหรือแม้กระทั่งสังคมโดยรวม

ดังนั้น การแข่งขันในการดำเนินธุรกิจประกันภัยจึงเป็นสิ่งที่ดี และผู้กำกับดูแลธุรกิจประกันภัยควรส่งเสริมให้บริษัทประกันภัยมีการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ ถึงแม้ว่าตลาดแข่งขันแบบสมบูรณ์นั้นไม่อาจหาได้ในความเป็นจริง แต่การแข่งขันที่ใกล้เคียงที่สุดของการแข่งขันแบบสมบูรณ์จะทำให้ผู้บริโภค ประชาชน บริษัทประกันภัยเอง และสังคมได้รับผลประโยชน์

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ของธุรกิจประกันภัยเป็นตลาดที่ประกอบด้วยลักษณะหรือสมมติฐานต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 อัตราเบี้ยประกันภัยถูกกำหนดโดยตลาด (Price Taker)

บริษัทประกันภัยใดๆ ไม่มีอำนาจในการควบคุมอัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) และแต่ละบริษัทประกันภัยจะเพิ่มหรือลดลงของอัตราเบี้ยประกันภัย (การผลิต) ก็จะไม่ผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) บริษัทประกันภัยที่แข่งขันกันจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนอัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) ได้นอกจากว่าบริษัทประกันภัย (ผู้ขาย) จะปรับเปลี่ยนให้เข้ากับราคาตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอัตราเบี้ยประกันภัยจะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (perfect price elasticity of demand) คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) มีค่าเท่ากับ $-\infty$

2.2 ผลกระทบที่ประกันภัยมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product)

กรมธรรม์ประกันภัย (สินค้า) ที่ซื้อขายกันอยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ จนกระทั่งบริษัทประกันภัยบริษัทใดบริษัทหนึ่ง (ผู้ขายคนใดคนหนึ่ง) จะไม่อยู่ในฐานะได้เปรียบหรือเสียเปรียบบริษัทประกันภัยอื่นๆ และในขณะที่ผู้ซื้อประกันภัยก็จะไม่รู้สึกรู้สีกแตกต่างกันในคุณภาพ ลักษณะ หรือความคุ้มครองของกรมธรรม์ประกันภัยที่บริษัทประกันภัยแต่ละรายได้เสนอขาย ซึ่งจากข้อสมมตินี้จะทำให้อัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาของสินค้า) เป็นสิ่งเดียวที่ผู้ซื้อประกันภัยใช้เป็นเครื่องมือตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัย (สินค้า) หรือไม่

2.3 การเข้าและการออกตลาดได้เสรี (No Barriers of Entry and Exit)

การเข้าและออกจากตลาดได้เสรีหมายถึง ผู้ซื้อประกันภัยและบริษัทประกันภัย (ผู้ขาย) แต่ละฝ่ายต่างดำเนินนโยบายอย่างอิสระ นั่นคือ ถ้าผู้ซื้อประกันภัยสามารถซื้อกรมธรรม์ประกันภัยได้อย่างอิสระ ธุรกิจประกันภัยก็จะปราศจากการกีดขวางในการเข้ามาประกอบธุรกิจของบริษัทประกันภัยใหม่ รวมถึงบริษัทประกันภัยเก่าที่ดำเนินกิจการอยู่แล้วก็สามารถเลิกกิจการและออกไปจากธุรกิจประกันภัยได้โดยเสรี

2.4 จำนวนผู้ซื้อและผู้ขายมากมาย (Large Number of Buyers and Sellers)

ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยและผู้ขายหรือบริษัทประกันภัยมีจำนวนมากจนกระทั่งผู้ซื้อประกันภัยและบริษัทประกันภัย (ผู้ขาย) เป็นเพียงส่วนย่อยของตลาด ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยและบริษัทประกันภัยแต่ละฝ่ายจึงไม่มีอิทธิพลในการควบคุมหรือกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) แต่อัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) จะถูกกำหนดโดยอุปสงค์และการประกันภัยและอุปทานการประกันภัยในตลาดการประกันภัย

2.5 ข้อมูลสมบูรณ์ (Perfect Information)

ผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยและบริษัทประกันภัย (ผู้ขาย) จะมีข้อมูลสมบูรณ์เกี่ยวกับอัตราเบี้ยประกันภัย (ราคาสินค้า) ลักษณะหรือความคุ้มครองการประกันภัย และคุณภาพของการประกันภัยหรือการบริการทางประกันภัยที่มีอยู่ในตลาดประกันภัย ดังนั้น จึงไม่มีผู้ซื้อประกันภัยคนใดยอมจ่ายเงินซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยที่มีอัตราเบี้ยประกันภัยสูงกว่าอัตราเบี้ยประกันภัยที่ซื้อขายกันในตลาดประกันภัย และในขณะที่เดียวกันก็จะมีบริษัทประกันภัยยอมขายกรรมธรรม์ประกันภัยที่มีอัตราเบี้ยประกันภัยต่ำกว่าอัตราเบี้ยประกันภัยของตลาดประกันภัยเช่นกัน อัตราเบี้ยประกันภัยในตลาดประกันภัยจึงมีเพียงอัตราเดียว

3. การกระจุกตัวและการแข่งขัน (Concentration and Competition)

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยสามารถชี้ให้เห็นถึงการแข่งขันของธุรกิจประกันภัย การกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยหมายถึง บริษัทประกันภัยขนาดใหญ่จำนวนน้อยราย เช่น 2-5 ราย เป็นต้น มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันแล้วมีจำนวนมากกว่าส่วนแบ่งตลาดของบริษัทประกันภัยอื่นๆ ที่เหลือในธุรกิจประกันภัยทั้งหมด ซึ่งการแข่งขัน และการกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยมีดัชนีวัดการแข่งขัน และอัตราการกระจุกตัว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัย (Insurance Market Concentration)

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น การขยายตัวของบริษัทประกันภัย ทำให้มีจำนวนเบี้ยประกันภัยมากขึ้น หรือมีจำนวนกรรมธรรม์ประกันภัยมากขึ้น เป็นต้น การขยายตัวของบริษัทประกันภัยอาจเป็นผลมาจากการปรับปรุงรูปแบบความคุ้มครองในกรรมธรรม์ประกันภัย, หรือการปรับปรุงด้านการตลาด และหากการขยายตัวนั้นไม่ผลทำให้ต้นทุนเฉลี่ย (average cost) ลดต่ำลง จะทำให้บริษัทประกันภัยนั้นเกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต (economies of scale) คือ เมื่อบริษัทประกันภัยมีจำนวนกรรมธรรม์ประกันภัยมากขึ้นหรือมีเบี้ยประกันภัยมากขึ้น (output quantity) จะทำให้ต้นทุนเฉลี่ย (average cost) ของการประกันภัยลดลง บริษัทประกันภัยขนาดใหญ่จะได้เปรียบบริษัทประกันภัยขนาดเล็กในด้านต้นทุนไม่เพียงแต่เท่านั้น จำนวนเงินกองทุน การตลาด ตลอดจนการปรับปรุงรูปแบบความคุ้มครองในกรรมธรรม์ประกันภัยโดยอาศัยเทคนิคหรือนวัตกรรมใหม่ๆ จะทำให้บริษัทประกันภัยเหล่านั้นได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

นอกจากนั้น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัย เช่น ผู้บริโภคการประกันภัยเปลี่ยนแปลงความต้องการหรืออุปสงค์ในความคุ้มครองการเอาประกันภัย เช่น เปลี่ยนความต้องการที่จะซื้อการประกันภัยแบบสะสมทรัพย์ มาเป็นความต้องการที่จะซื้อการประกันภัยชีวิตแบบตลอดชีพ ในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยในตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น นอกจากนี้ การควบรวมกิจการของบริษัทประกันภัยก็มีผลต่อการกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยได้เช่นเดียวกัน ซึ่งการกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดสภาพการแข่งขันของธุรกิจประกันภัยได้

ดังนั้น การศึกษาการกระจุกตัวของธุรกิจประกันภัยจึงมีความสำคัญต่อทั้งผู้ซื้อกรรมธรรม์ประกันภัย บริษัทประกันภัย และผู้กำกับดูแลธุรกิจประกันภัย เพราะการแข่งขันของธุรกิจประกันภัยจะส่งผลให้บริษัทประกันภัยเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจ และส่งผลให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว วิธีการในการศึกษาการกระจุกตัวและการแข่งขันของธุรกิจประกันภัยมีหลายวิธีด้วยกันดังต่อไปนี้

3.1.1 อัตราการกระจุกตัว (Concentration Ratio)

อัตราการกระจุกตัวอยู่ในบริษัทเป็นดัชนีตัวหนึ่งที่ใช้บอกให้รู้ได้ว่าธุรกิจประกอบกิจการกระจุกตัวอยู่ในบริษัทใหญ่ๆ มากน้อยเพียงใด โดยคำนวณเปอร์เซ็นต์สะสมของส่วนแบ่งตลาดของบริษัทที่ประกอบกิจการตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนำมารวมกัน ซึ่งจำนวนบริษัทที่ประกอบกิจการรวมอยู่ในการคำนวณอัตราการกระจุกตัวมักจะใช้จำนวน 4 หรือ 8 หรือ 12 หรือ 20 หรือ 50 บริษัท โดยสูตรการคำนวณหาอัตราการกระจุกตัวจะเขียนดังนี้

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i / S \times 100 \%$$

โดยที่ CR_n คือ อัตราการกระจุกตัวของบริษัทที่ประกอบกิจการจำนวน n บริษัท

S_i คือ ยอดขายของบริษัทที่ประกอบกิจการ

เช่น เบียร์ที่ประกอบกิจการของบริษัทที่ประกอบกิจการที่ i

S คือ ยอดขายรวมของบริษัทที่ประกอบกิจการในธุรกิจประกอบกิจการ

เช่น เบียร์ที่ประกอบกิจการทั้งหมดของบริษัทที่ประกอบกิจการ

n คือ จำนวนบริษัทที่ประกอบกิจการทั้งหมดในธุรกิจประกอบกิจการ

เกณฑ์วัดอัตราการกระจุกตัวว่ามีอัตราการกระจุกตัวสูงปานกลางหรือต่ำ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- $CR \geq 67\%$ แสดงว่าธุรกิจประกอบกิจการกระจุกตัวสูง
- $34\% \leq CR \leq 66\%$ แสดงว่าธุรกิจประกอบกิจการกระจุกตัวปานกลาง
- $CR \leq 33\%$ แสดงว่าธุรกิจประกอบกิจการกระจุกตัวต่ำ

หมายเหตุ: การหาอัตราการกระจุกตัวของบริษัทที่ประกอบกิจการกระจุกตัวประกอบกิจการ และบริษัทที่ประกอบกิจการแยกออกจากกัน เนื่องจากลักษณะและความคุ้มครองของธุรกิจที่ชีวิต ธุรกิจที่ประกอบกิจการและธุรกิจที่ประกอบกิจการไม่ได้เหมือนกันทั้งหมด

อัตราการกระจุกตัวต่ำแสดงถึงการแข่งขันกันมีบริษัทจำนวนมากในธุรกิจประกอบกิจการ และมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ในขณะที่อัตราการกระจุกตัวสูงชี้ให้เห็นถึงการที่บริษัทที่ประกอบกิจการขนาดใหญ่ (เช่น มีเบียร์ที่ประกอบกิจการจำนวนมาก) มีอำนาจตลาด (market power) สูง และถ้าอัตราการกระจุกตัวสูงมาก เช่น $CR_4 > 80\%$ ทำให้ธุรกิจประกอบกิจการมีแนวโน้มใกล้เคียงกับตลาดผูกขาดก็อาจจะส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่ไม่ได้รับการบริการที่ดี และความคุ้มครองใหม่ๆ อาจจะไม่เกิดขึ้น

อัตราการกระจุกตัวอาจจะเป็นวิธีการวัดการกระจุกตัวอย่างง่ายและไม่จำเป็นต้องทราบขนาดของบริษัทที่ประกอบกิจการ (ขนาดของบริษัท (total asset) หรือจากจำนวนเงินลงทุน (capital) จำนวนสินทรัพย์รวม (total asset) หรือจำนวนเบียร์ที่ประกอบกิจการ (net written premium) เป็นต้น) จึงสะดวกในการใช้ แต่ในทางปฏิบัติก็มีข้อบกพร่องหลายประการในการอธิบายโครงสร้างหรือพฤติกรรมของธุรกิจประกอบกิจการ เช่น

- ไม่ได้แสดงขนาดของบริษัทที่ประกอบกิจการที่ทำการพิจารณาสถานะการแข่งขัน เช่น จำนวนเบียร์ที่ประกอบกิจการ หรือจำนวนเงินลงทุน เป็นต้น
- เป็นการพิจารณาเฉพาะบริษัทที่ประกอบกิจการจำนวนเพียงไม่กี่บริษัท และไม่ได้พิจารณาจำนวนบริษัทที่ประกอบกิจการที่ดำเนินธุรกิจประกอบกิจการทั้งหมด
- ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวนี้เพียงแต่บอกถึงจำนวนและการกระจายของบริษัทที่ประกอบกิจการขนาดใหญ่จำนวนเพียงไม่กี่บริษัท แต่ไม่สามารถบอกถึงลักษณะพฤติกรรมของบริษัทที่ประกอบกิจการเหล่านั้น หรือบริษัทที่ประกอบกิจการที่เหลือนได้

อย่างไรก็ตาม แม้การใช้อัตราการกระจุกตัวจะมีข้อบกพร่องดังกล่าวข้างต้น แต่วิธีนี้ก็ยังเป็นที่ยอมรับใช้เนื่องจากตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มักจะกล่าวว่าการผูกขาดมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในตลาดที่มีการกระจุกตัวสูงมากกว่าตลาดที่มีการกระจุกตัวต่ำ โดยอัตราการกระจุกตัวจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมของตลาดและผลการดำเนินงานของตลาด

3.1.2 ดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน (Herfindahl-Hirschman Index (HHI))

โดยคำนวณจากการรวมค่ากำลังสองของส่วนแบ่งตลาดของแต่ละบริษัทที่เข้าร่วมการคำนวณค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน เขียนได้ดังนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

โดยที่ S_i คือ สัดส่วนของยอดขาย

เช่น เบียร์บริษัทรับสุทธิของบริษัทที่ 1

เมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมด เช่น เบียร์บริษัทรับสุทธิทั้งหมดของบริษัทที่ 1

n คือ จำนวนบริษัทที่รวมทั้งหมดในธุรกิจที่แข่งขันกัน

หมายเหตุ: การหาดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน หรือ HHI ของธุรกิจที่แข่งขันกันนั้น ควรพิจารณาบริษัทที่แข่งขันกันจริง บริษัทที่แข่งขันกันวิเศษ และบริษัทที่แข่งขันสภาพแยกออกจากกัน เนื่องจากลักษณะและความคุ้มครองของธุรกิจที่แข่งขันกันวิเศษ และธุรกิจที่แข่งขันกันวิเศษไม่ได้เหมือนกันทั้งหมด

ดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน (HHI) จะมีค่าอยู่ระหว่าง $1/n$ และ 1 ยิ่งดัชนี HHI มีค่าสูง การกระจุกตัวของบริษัทที่แข่งขันกันจะยิ่งสูงขึ้นไปจากการแข่งขัน เช่นกัน หมายความว่า ตลาดของธุรกิจที่แข่งขันกันจะห่างไกลออกไปจากการแข่งขัน สมบูรณ์ ถ้าดัชนี HHI มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่ามีจำนวนบริษัทที่แข่งขันกันเพียงบริษัทเดียวในธุรกิจที่แข่งขันกัน ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจที่แข่งขันกันนั้นเป็นตลาดผูกขาดนั่นเอง ในทางกลับกันถ้าดัชนี HHI มีค่าน้อย การกระจุกตัวของบริษัทที่แข่งขันกันก็จะมีน้อย และอาจหมายถึงธุรกิจที่แข่งขันกันมีการแข่งขันมากขึ้น

ดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน (HHI) ที่ระดับต่างๆ สื่อความหมายถึงถึงการแข่งขันที่ต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 13.1

ตารางที่ 13.1

ดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน (HHI) และโครงสร้างการแข่งขัน

โครงสร้างการแข่งขัน	ค่า HHI	การแข่งขันทางด้านการเงิน
แข่งขันสมบูรณ์	ต่ำกว่า 0.2 และ เข้าใกล้ 0	รุนแรง
แข่งขันกึ่งผูกขาด	ต่ำกว่า 0.2	รุนแรงหรือบางเบา ขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของสินค้า
แข่งขันน้อยราย	ระหว่าง 0.2 ถึง 0.6	รุนแรงหรือบางเบา ขึ้นอยู่กับการแข่งขันระหว่างผู้ขายในตลาด
ผูกขาด	มากกว่า 0.6	บางเบา ขึ้นอยู่กับการเข้าออกตลาด

ที่มา : สุยุทธ์ มินะพันธ์. เศรษฐศาสตร์การจัดการองค์การธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สตรีทพริ้นท์, พ.ศ. 2546.

ดัชนีเฮอร์ฟิנדาล-เฮอร์ชแมน (HHI) นิยมใช้เพื่อวิเคราะห์การแข่งขัน และเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจว่าควรมีการควบรวมกิจการหรือไม่ ดัชนี HHI มีข้อดี คือ ใช้เป็นดัชนีวัดการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด โดยพิจารณาจากบริษัทที่แข่งขันกันอยู่ในธุรกิจที่แข่งขันกัน แต่มีข้อเสีย คือ ดัชนี HHI ต้องใช้ข้อมูลส่วนแบ่งตลาดของทุกบริษัทที่แข่งขันกันในการคำนวณ ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งก็เป็นการยากที่จะได้ข้อมูลเหล่านี้ โดยเฉพาะในกรณีที่ธุรกิจมีขนาดเล็ก

3.2 Contestable Markets

Contestable Markets ให้ความสำคัญว่าในกรณีที่บริษัทที่แข่งขันกันเพียงบริษัท หรือมีบริษัทที่แข่งขันกันจำนวนน้อยราย บริษัทที่แข่งขันกันนั้นๆ ก็อาจดำเนินธุรกิจที่แข่งขันกันได้ในลักษณะที่เหมือนกับบริษัทที่แข่งขันกันอยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้ ถ้าการเข้ามาดำเนินธุรกิจของบริษัทที่แข่งขันกันนั้นเป็นไปอย่างเสรี หรือบริษัทที่แข่งขันกันเดิมสามารถออกไปจากธุรกิจที่แข่งขันกันโดยไม่มีเงื่อนไข

3.3 ตลาดไม่สมบูรณ์ (Market Imperfection)

ตลาดไม่สมบูรณ์นี้อาจส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทประกันภัย โดยมีปัจจัยจากหลายสาเหตุดังนี้

3.3.1 อุปสรรคการเข้า/ออกจากตลาด (Barriers to Entry/Exit)

การกีดขวางการเข้า/ออกของบริษัทประกันภัยในการดำเนินธุรกิจ ประกันภัยจะส่งผลต่อการเข้ามาประกอบธุรกิจของบริษัทประกันภัยใหม่และการออกไปจากธุรกิจประกันภัยของบริษัทเก่าที่ดำเนินธุรกิจอยู่

การกีดขวางการเข้ามาของบริษัทประกันภัยใหม่ ตัวอย่างเช่น การที่ผู้กำกับดูแลกำหนดว่าบริษัทประกันภัยจะดำเนินธุรกิจประกันภัยได้นั้นต้องได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันภัย รวมไปถึงการกำหนดเงินกองทุนขั้นต่ำในการดำเนินธุรกิจประกันภัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุปสรรคในการเข้ามาประกอบธุรกิจประกันภัยของบริษัทประกันภัยใหม่

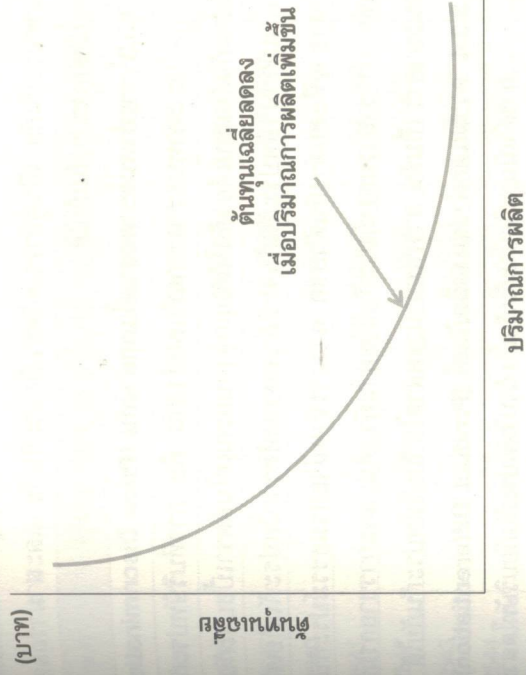
การกีดขวางการออกไปของบริษัทประกันภัยเก่าที่ดำเนินธุรกิจอยู่ เช่น การที่บริษัทประกันภัยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ไม่สามารถจะเลิกการทำธุรกิจประกันภัยได้โดยเสรี เป็นต้น นอกจากการกีดกันในระดับประเทศแล้วก็มีอุปสรรคในการเข้ามาของบริษัทประกันภัยต่างชาติดังด้วย ปัจจุบันประเทศไทยอนุญาตให้ผู้ถือหุ้นต่างชาติสามารถมีสัดส่วนถือหุ้นได้ไม่เกิน 25 เปอร์เซ็นต์ ตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2551

3.3.2 การประหยัดต่อขนาดการผลิต (Economies of Scale) และการประหยัดต่อประเภทการผลิต (Economies of Scope)

การประหยัดต่อขนาดการผลิต (economies of scale) หมายถึง การที่บริษัทประกันภัยมีจำนวนกรมธรรม์ประกันภัย จำนวนเบี้ยประกันภัย จำนวนเงินลงทุน และจำนวนเงินเอาประกันภัยเพิ่มมากขึ้น บริษัทประกันภัยจะมีต้นทุนเฉลี่ยลดลงในการให้บริการและดำเนินธุรกิจประกันภัย ทำให้บริษัทประกันภัยขนาดใหญ่ได้เปรียบบริษัทประกันภัยขนาดเล็กในการประหยัดต่อขนาดการผลิตมีรายละเอียดแสดงในรูปภาพที่ 13.1

รูปภาพที่ 13.1

การประหยัดต่อขนาดการผลิต (Economies of Scale)



การประหยัดต่อประเภทการผลิต (economies of scope) หมายถึง การที่บริษัทประกันภัยให้บริการแบบต่างๆ ของการประกันภัย เช่น บริษัทประกันชีวิตมีการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา แบบสะสมทรัพย์ แบบตลอดชีพ แบบบำนาญ และแบบอื่นๆ ให้บริการแก่ลูกค้า หรือบริษัทประกันวินาศภัยมีการประกันภัยรถยนต์ การประกันอัคคีภัย การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด ให้บริการแก่ลูกค้า จะส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันวินาศภัยมีต้นทุนการผลิตลดลง เพราะสามารถใช้จ่ายในการดำเนินงานร่วมกันได้ โดยที่บริษัทประกันภัยเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมหรืออาจไม่เพิ่มเติม เช่น ใช้พนักงานพิจารณาประกันภัยเพียงคนเดียวในการพิจารณาประกันภัย กรมธรรม์ประกันชีวิตแบบต่างๆ เป็นต้น

ดังนั้น การที่บริษัทประกันภัยมีการประหยัดต่อขนาดการผลิต และการประหยัดต่อประเภทการผลิตจะช่วยให้เกิดอำนาจตลาด ทำให้บริษัทประกันภัย

เหล่านี้มีประสิทธิผลมากกว่าบริษัทประกันภัยอื่นๆ และก่อให้เกิดโครงสร้างตลาดแบบผูกขาดโดยธรรมชาติ (natural monopoly) (ดูรายละเอียดจาก Life and Health Insurance, ค.ศ. 2000) โดยทำให้บริษัทประกันภัยอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้ผลิตเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของตลาดประกันภัย เป็นผู้กำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย และสามารถลดหรือเพิ่มปริมาณการให้บริการประกันภัยได้

3.3.3 การกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน (Price Discrimination)

การกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน คือ การที่บริษัทประกันภัยขายกรมธรรม์ประกันภัยแบบเดียวกันให้กับลูกค้าคนละกลุ่มในอัตราเบี้ยประกันภัยที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าบริษัทประกันภัยจะมีต้นทุนของอัตราเบี้ยประกันภัยเท่ากัน การกำหนดราคาขายที่แตกต่างกันด้วยช่องทางการจำหน่ายกรมธรรม์ประกันภัยที่แตกต่างกัน เช่น การขายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทน และการขายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคาร เป็นต้น อาจเพิ่มอำนาจตลาดให้กับบริษัทประกันภัยได้

3.3.4 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

การดำเนินธุรกิจประกันภัยนั้น ถ้าบริษัทประกันภัยบริษัทใดสามารถมีกรมธรรม์ประกันภัยหรือมีการบริการประกันภัยที่แตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง จะทำให้บริษัทประกันภัยนั้นสามารถเพิ่มอำนาจตลาดให้กับตนเอง เช่น บางบริษัทประกันชีวิตมีกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบยูนิเวอร์แซลไลฟ์ (universal life insurance) เสนอให้บริการแก่ลูกค้า ในขณะที่บริษัทประกันชีวิตคู่แข่งนั้นไม่มีการประกันชีวิตแบบนี้เป็นต้น

4. การวิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจประกันภัยไทย

(Analysis of Competition in the Thai Insurance Industry)

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันชีวิตที่วัดโดยอัตราการกระจุกตัว (วัดโดยวิธี Concentration Ratio) และวัดโดยดัชนีเฮอร์ฟิन्दาล-เอิร์ชแมน (HHI) มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 13.2

ตารางที่ 13.2

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันชีวิต

วัดโดยวิธี Concentration Ratio และดัชนีเฮอร์ฟิन्दาล-เอิร์ชแมน (HHI)

ปี พ.ศ.	จำนวนบริษัท (N)	CR4	CR8	HHI
2536	12	88.8665	96.8937	0.3203
2537	12	88.6737	96.9326	0.3242
2538	13	88.3059	96.9941	0.3192
2539	13	87.1705	97.1776	0.3091
2540	17	85.8383	97.2383	0.2912
2541	24	85.9827	97.2763	0.2950
2542	24	85.6239	97.0617	0.3078
2543	25	85.2454	96.7093	0.3031
2544	25	81.7671	95.9870	0.2956
2545	25	80.3949	94.3381	0.2853
2546	25	80.3032	93.3758	0.2692
2547	24	78.5113	93.4774	0.2524
2548	24	75.9988	92.5807	0.2356
2549	24	72.6978	91.5306	0.2210

หมายเหตุ : วัดการกระจุกตัวโดยใช้เบี้ยประกันภัยสุทธิ (net written premium) ในการคำนวณ Concentration Ratio และดัชนีเฮอร์ฟิन्दาล-เอิร์ชแมน (HHI)

จากข้อมูลอัตราการกระจุกตัวและค่าของดัชนีเฮอร์ฟิन्दาล-เอิร์ชแมน (HHI) ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยมีการกระจุกตัวสูงและมีโครงสร้างตลาดและรูปแบบการแข่งขันแบบผู้ขายน้อยราย (oligopoly) หลังจากการเปิดเสรีทางการค้าของธุรกิจประกันภัยในปี พ.ศ. 2540 ตามข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก ส่งผลให้มีบริษัทประกันชีวิตใหม่จำนวน 12 บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งจะพบว่าธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทยมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น (มีค่า HHI ลดลง)

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันวินาศภัยที่วัดโดยอัตราการกระจุกตัว (วัดโดยวิธี Concentration Ratio) และวัดโดยดัชนีเฮอร์ฟิตดาห์ล-เฮอร์ชแมน (HHI) มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 13.3

ตารางที่ 13.3

การกระจุกตัวของธุรกิจประกันวินาศภัย

วัดโดยวิธี Concentration Ratio และดัชนีเฮอร์ฟิตดาห์ล-เฮอร์ชแมน (HHI)

ปี พ.ศ.	จำนวนบริษัท (N)	CR4	CR8	HHI
2536	61	32.2395	48.8433	0.0450
2537	61	34.2807	51.6965	0.0510
2538	61	35.2636	52.8014	0.0506
2539	61	35.6005	52.5465	0.0503
2540	70	34.3843	51.1755	0.0475
2541	72	33.2918	47.5795	0.0446
2542	73	33.5657	46.9200	0.0460
2543	72	33.2257	45.9729	0.0449
2544	71	34.9299	48.7649	0.0465
2545	71	36.1549	49.6558	0.0472
2546	71	33.7383	47.5972	0.0456
2547	71	32.7878	46.8078	0.0443
2548	67	34.2914	48.1448	0.0473
2549	68	32.8745	46.3465	0.0456

หมายเหตุ : วัดการกระจุกตัวโดยใช้เบี่ยงประกันภัยรับสุทธิ (net written premium) ในการคำนวณ Concentration Ratio และดัชนีเฮอร์ฟิตดาห์ล-เฮอร์ชแมน (HHI) และถ้ามีข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงจะไม่นำมาพิจารณา เช่น เบี่ยงประกันภัยรับสุทธิมีค่าน้อยกว่าศูนย์

จากข้อมูลอัตราการกระจุกตัวและค่าของดัชนีเฮอร์ฟิตดาห์ล-เฮอร์ชแมน (HHI) ชัดเจนสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยในประเทศไทยมีการกระจุกตัวปานกลาง และมีโครงสร้างตลาดและรูปแบบการแข่งขันแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือผู้ขายมาราย (monopolistic competition) หลังจากการเปิดเสรีทางการค้าโลกในปี พ.ศ. 2540 โดยมีบริษัทประกันวินาศภัยใหม่จำนวน 16 บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ซึ่งจะพบว่าธุรกิจประกันวินาศภัยของประเทศไทยมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (มีค่า HHI ลดลงเล็กน้อย) และถ้าเปรียบเทียบกับการแข่งขันของธุรกิจประกันวินาศภัยและธุรกิจประกันชีวิตแล้ว จะเห็นว่าธุรกิจประกันวินาศภัยมีการแข่งขันสูงกว่าธุรกิจประกันชีวิตเห็นได้จากค่า CR4 และ CR8 ของธุรกิจประกันชีวิตมีค่าสูงกว่าดัชนีดังกล่าวของบริษัทประกันวินาศภัย และดัชนี HHI ของธุรกิจประกันวินาศภัยมีค่าต่ำกว่าดัชนีดังกล่าวของธุรกิจประกันชีวิต

นอกจากการพิจารณาอัตราการกระจุกตัวโดยใช้ดัชนีเฮอร์ฟิตดาห์ล-เฮอร์ชแมน (HHI) หรือ Contestable Markets หรือตลาดไม่สมบูรณ์ (market imperfection) มาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการแข่งขันของบริษัทประกันภัยแล้ว ยังคงมีองค์ประกอบอื่นที่ส่งผลต่อการแข่งขันซึ่งควรนำมาร่วมพิจารณาการแข่งขันของธุรกิจประกันภัยด้วย คือ

(1) ธุรกิจมีอัตราการเติบโตช้า (Slow Growth Rate)

ธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตช้า หมายความว่า ธุรกิจนั้นค่อนข้างจะมีการแข่งขันสูง สำหรับอัตราการเติบโตของธุรกิจประกันภัยไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (gross domestic product (GDP)) พบว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจประกันภัยมีมากกว่าถึงประมาณ 3 เท่า (อัตราการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึงปี พ.ศ. 2550 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.14 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ในขณะที่อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 เปอร์เซ็นต์ต่อปี เมื่อเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกัน (Sigma ค.ศ. 2001-2008)) ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเรียกได้ว่าเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจมีอัตราการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตใกล้เคียงกับอัตรา

การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (อัตราการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทยสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึงปี พ.ศ. 2550 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ในขณะที่อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 เปอร์เซ็นต์ต่อปีเมื่อเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกัน (Sigma ค.ศ. 2001-2008)) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่ายังมีปัจจัยสนับสนุนให้เชื่อได้ว่า ธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทยเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์

(2) สินค้ามีความแตกต่าง (Product Differentiation)

กรรมกรมีประกันภัยของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างจากบริษัทประกันภัยอื่นๆ และมีการเจาะตลาดของผลิตภัณฑ์ประกันภัยกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (niche market) ทำให้บริษัทประกันภัยนั้นๆ มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นเป็นของตนเอง ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (brand loyalty) ทำให้บริษัทประกันภัยมีอำนาจตลาดเพิ่มขึ้น อำนาจตลาดนี้จะช่วยให้บริษัทประกันภัยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นและอาจส่งผลให้ธุรกิจประกันภัยมีการกระจุกตัวสูง

ปัจจุบันบริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันวินาศภัยได้หันมาให้ความสำคัญกับแบรนด์และการเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะมากขึ้น นอกจากนี้หลายบริษัทยังให้ความสนใจในการมีผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่มีความหลากหลาย ซึ่งการกระทำเหล่านี้จะช่วยให้บริษัทประกันภัยนั้นๆ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

(3) ค่าใช้จ่ายเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแบบประกันภัย หรือเปลี่ยนแปลงบริษัทประกันภัย (Switching Costs)

ลูกค้าหรือผู้เอาประกันภัยควรดูกลไกของเมื่อเปลี่ยนแปลงแบบประกันภัย หรือเปลี่ยนแปลงบริษัทประกันภัย เช่น ผู้เอาประกันภัยหรือเจ้าของกรรมกรมีประกันชีวิตเล็ก การประกันชีวิตก่อนครบกำหนด ผู้เอาประกันภัยจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการเวนคืนกรรมกรมีประกันชีวิต (surrender charge) และได้รับมูลค่าเวนคืนกรรมกรมีประกันชีวิต (surrender value) แทนที่จะได้รับจำนวนเงินเอาประกันภัยตามที่ได้ระบุไว้ในกรรมกรมีประกันชีวิต เป็นต้น นอกจากนี้ การที่ผู้เอาประกันภัยเปลี่ยนแปลงบริษัทประกันภัยจากบริษัทหนึ่งไปยังอีกบริษัทหนึ่งยังเป็นสัญญาณเตือนภัยสำหรับบริษัทประกันภัยอีกด้วย เช่น ผู้เอาประกันภัยรถยนต์เปลี่ยนบริษัทประกันวินาศภัยจากบริษัทประกันภัย A ไป

บริษัทประกันภัย B เพราะบริษัทประกันภัย A คิดเบี้ยประกันภัยรถยนต์เพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้เอาประกันภัยมีประวัติไม่ดีในการขับขี่รถยนต์และมีความเสี่ยงใหม่ทดแทนเป็นจำนวนมาก เป็นต้น

บริษัทประกันภัยที่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขันสูง อาจไม่ลงโทษผู้เอาประกันภัย นั่นคือ มี Switching Cost ต่ำ จะทำให้ลูกค้าประกันภัยเกิดการคัดเลือกที่ขัดประโยชน์ (adverse selection) เพราะลูกค้าที่มีความเสี่ยงภัยจะไม่เปลี่ยนบริษัทประกันภัยถ้ามี switching cost เกิดขึ้น แต่ลูกค้าที่มีความเสี่ยงภัยสูงจะตัดสินใจเปลี่ยนบริษัทประกันภัยถ้าไม่มี switching cost บริษัทประกันภัยที่มี switching cost ต่ำ จึงอาจมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และทำให้บริษัทประกันภัยมีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นด้วย

โดยสรุปแล้วพบว่า ธุรกิจประกันภัยในประเทศไทยยังมีได้มีโครงสร้างตลาดที่จะถือได้ว่าเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เป็นผู้กำกับดูแลธุรกิจประกันภัยมีข้อกำหนดในการคำนวณอัตราเบี้ยประกันภัย เช่น ในบางประเภทของการประกันวินาศภัยยังคงใช้ระบบพิคัตต์อัตราเบี้ยประกันภัย (tariff policy) รวมทั้งกรรมกรมีประกันภัยของแต่ละบริษัทยังมิได้มีความหลากหลาย และยังมิได้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนของกรรมกรมีประกันภัยรูปแบบใหม่ๆ ยังเกิดขึ้นไม่มากส่วนในการเข้ามาของบริษัทประกันภัยรายใหม่ และการออกไปจากตลาดการประกันภัยของบริษัทประกันภัยรายเก่ายังไม่สามารถทำได้อย่างเสรี ยังต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัยก่อน

ส่วนในประเด็นของจำนวนบริษัทประกันภัยในประเทศไทยนั้น แบ่งเป็นบริษัทประกันชีวิตจำนวน 25 บริษัท (รวมบริษัทไทยรีประกันภัย จำกัด) บริษัทประกันสุขภาพจำนวน 5 บริษัท และบริษัทประกันวินาศภัยจำนวน 67 บริษัท ในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2552) ซึ่งอาจมองได้ว่ามีบริษัทประกันภัยในประเทศไทยจำนวนไม่น้อยที่ให้บริการลูกค้า แต่การที่จะระบุว่าตลาดการประกันภัยของประเทศไทยเป็นตลาดแบบใดนั้นควรพิจารณาจากลักษณะการกระจุกตัวของบริษัทประกันภัยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอดีตถึงปัจจุบัน โดยดัชนีที่ใช้ในการวัดการกระจุกตัวนั้น มุมมองในอดีตจะใช้ส่วนแบ่งตลาด (market share) เป็นตัวบ่งชี้ถึงอำนาจตลาด (market power) คือ

ถ้ามีส่วนแบ่งตลาดมากก็จะมีอำนาจตลาดมากด้วย ซึ่งอำนาจตลาดนี้ถ้ามีมากก็จะทำให้บริษัทประกันภัยมีอำนาจในการขึ้นอัตราเบี้ยประกันภัยและลดการผลิตสินค้าลง (set price (P) มากกว่า marginal cost (MC))

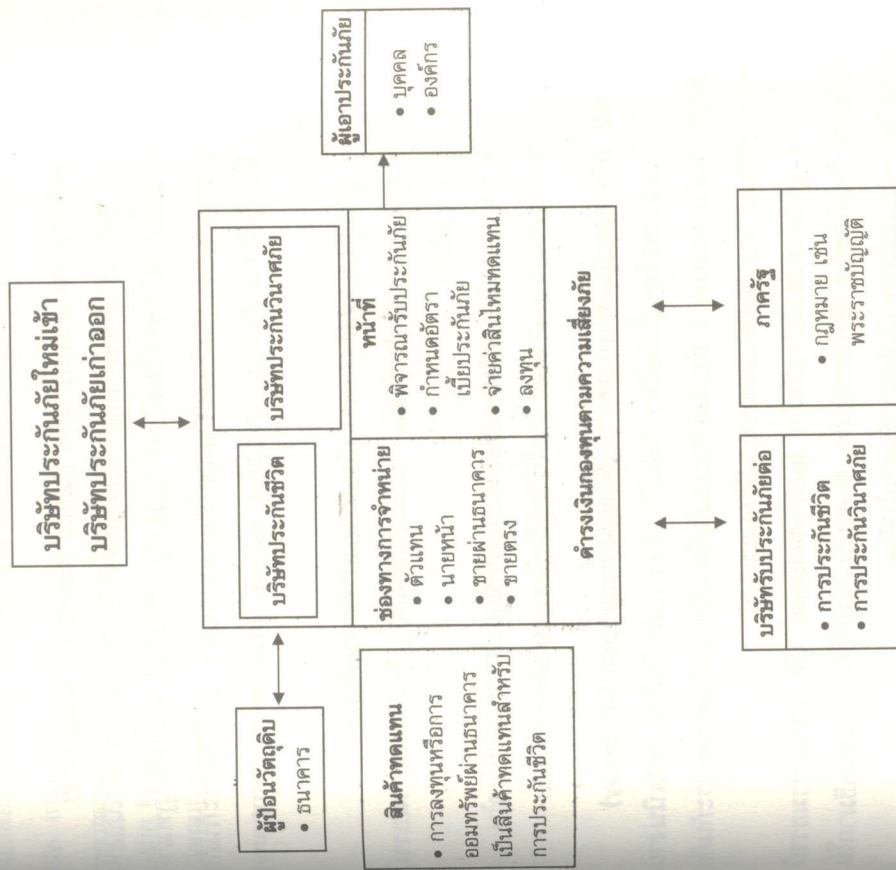
จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2536 ถึง ปี พ.ศ. 2549 จะเห็นว่าธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับสุทธิสูง มีการกระจุกตัวสูง และมีโครงสร้างตลาดและรูปแบบการแข่งขันแบบผูกขาดน้อยราย (oligopoly) และธุรกิจประกันวินาศภัยมีการกระจุกตัวปานกลาง มีการแข่งขันมากกว่าธุรกิจประกันชีวิต และมีโครงสร้างตลาดและรูปแบบการแข่งขันแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือผู้ขายมากมาย (monopolistic competition)

5. โครงสร้างของธุรกิจประกันภัยไทย (Structure of the Thai Insurance Industry)

ธุรกิจประกันภัยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวข้องหลายฝ่ายด้วยกัน เช่น ผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันภัย ผู้กำกับดูแล บริษัทรับประกันภัยต่อ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทประกันภัยยังมีหน้าที่ต่างๆ เช่น พิจารณารับประกันภัย กำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย ชำระค่าสินไหมทดแทนให้ผู้เอาประกันภัย และดำรงเงินกองทุนตามความเสี่ยงภัย (risk-based capital) เป็นต้น รายละเอียดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน้าที่ต่างๆ ของบริษัทประกันภัยได้แสดงในรูปภาพที่ 13.2

รูปภาพที่ 13.2

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน้าที่ของบริษัทประกันภัย



6. รูปแบบการดำเนินงานของบริษัทประกันภัย (Organizational Form of Insurance Company)

บริษัทประกันภัยมีรูปแบบการดำเนินงานต่างๆ ดังนี้

6.1 บริษัทประกันภัยแบบรวมหุ้น (Stock Insurance Company)

คือ บริษัทประกันภัยที่ดำเนินการเป็นบริษัทจำกัด เป็นรูปแบบการดำเนินงานของบริษัทประกันภัยที่มีในประเทศไทย และเป็นบริษัทประกันภัยที่กฎหมายอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจประกันภัยโดยขายหุ้นให้แก่สาธารณะ บริษัทประกันภัยที่ดำเนินงานเป็นบริษัทประกันภัยแบบรวมหุ้น (stock insurance company) มีลักษณะดังนี้

- ผู้ถือหุ้น (stockholders) เป็นเจ้าของบริษัทประกันภัย
- ผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัย (policyholders) เป็นเจ้าของกรมธรรม์ประกันภัย
- มีคณะกรรมการบริหารบริษัทประกันภัยที่ถูกเลือกมาโดยผู้ถือหุ้น
- เงินปันผล (dividend) จ่ายให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทประกันภัย

6.2 บริษัทประกันภัยแบบสหการ (Mutual Insurance Company)

ในประเทศไทยนั้นถือได้ว่ายังไม่มียบริษัทประกันภัยที่มีการดำเนินงานเป็นบริษัทประกันภัยแบบสหการ ซึ่งบริษัทประกันภัยที่ดำเนินงานเป็นบริษัทประกันภัยแบบสหการ (mutual insurance company) มีลักษณะดังนี้

- ผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัย (policyholders) เป็นเจ้าของกรมธรรม์ประกันภัยและเป็นเจ้าของบริษัทประกันภัย ผู้เอาประกันภัยที่ต้องการมีสิทธิมากในบริษัทประกันภัยจะต้องซื้อประกันภัยมากขึ้นตามไปด้วย
- มีคณะกรรมการบริหารที่เลือกมาโดยผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัย
- เงินปันผล (dividend) จ่ายให้กับผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัยในรูปแบบของการลดเบี้ยประกันภัย แต่ถ้าบริษัทประกันภัยประสบการขาดทุนจากการดำเนินธุรกิจประกันภัย ผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทประกันภัยด้วย จะต้องช่วยรับภาระค่าใช้จ่ายหรือหนี้สินที่เกิดขึ้น

ในประเทศสหรัฐอเมริกาบริษัทประกันภัยที่จัดจำนวนหนึ่งซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทประกันภัยแบบสหการ แต่ในปัจจุบันมียบริษัทประกันภัยที่จัดมากกว่า 200 บริษัทที่เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากการเป็นบริษัทประกันภัยที่จัดแบบสหการ (mutual life insurance company) มาเป็นบริษัทประกันภัยที่จัดแบบรวมหุ้น (stock life insurance company) เช่น บริษัท Prudential Life Insurance, Met Life Insurance, John Hancock Life Insurance เป็นต้น การเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานนี้เรียกว่า Demutualization