

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธุรกิจประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

Life Insurance Product Strategy For Elderly Citizens In Bangkok

เบญญา รัศมีโกเมน Benya Rasmekomen *

วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ Viroj Jadesadalug **

บทคัดย่อ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี 2548 และกำลังเผชิญหน้ากับภาวะการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรสูงอายุ รัฐบาลได้มีมาตรการในการรับมือกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่ม การประกันชีวิตจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการออมเงิน เพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในอนาคต มีคุณภาพชีวิตที่ดี จึงนำมาสู่การวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ 2) กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้สูงอายุจำนวน 8 คน ผู้จัดการฝ่ายขาย พนักงานขายของบริษัทประกันชีวิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 บริษัท โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า 1) การออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุเห็นความสำคัญของการวางแผนการออม การลงทุน และการทำประกันชีวิตว่า มีความจำเป็นและต้องดำเนินการออมเงินตั้งแต่นั้น ๆ มีการทำประกันชีวิตเพื่อต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเพื่อการลดหย่อนภาษี ผู้สูงอายุได้รับความรู้เรื่องการประกันชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิตและสื่อโฆษณา 2) กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ บริษัทประกันชีวิตออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่แล้วจะมีโรคประจำตัวและเข้าใจว่าทำประกันชีวิตไม่ได้ บริษัทประกันชีวิตจึงออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผู้สูงอายุ ที่เน้นไม่ต้องตรวจสุขภาพและไม่ต้องตอบคำถามสุขภาพใด ๆ โดยกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตทั้งหมด 7 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์การขายช่องทางขายที่หลากหลาย 2) กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 3) กลยุทธ์พันธมิตร 4) กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของช่องทางการขาย 5) กลยุทธ์การรักษาลูกค้า 6) กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด 7) กลยุทธ์บุคลากร โดยใช้กลยุทธ์การขายช่องทางขายที่หลากหลาย และกลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเป็นกลยุทธ์หลัก เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการด้านการประกันชีวิตของผู้บริโภคและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม และใช้กลยุทธ์อื่น ๆ สนับสนุน ทำให้บริษัทประกันชีวิตประสบความสำเร็จ

* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student of Master of Arts Program in Public and Private Management, Silpakorn University.

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์วิทย์การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Asst. Prof. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

ประโยชน์ของการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการออม การลงทุน และการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ ตลอดจนเป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทประกันชีวิตได้อย่างเกิดประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ/กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต/ธุรกิจประกันชีวิต

Abstract

Thailand has become an aging society since 2005 and is facing a rapid increase in the number of elderlies. The government has implemented a number of policies to facilitate an aging society. However, there is still a lack of support for certain groups of elderlies. Life insurance is a savings tool useful for senior population in order to be financially independent. This research aims to study 1) Saving, Investment and life insurance planning for elderlies and 2) Competitive Strategy for life insurance business. A qualitative method is used to gather insights through intensive unstructured interviews of 8 senior citizens, life insurance sale managers and salespeople from three sample companies.

Results have shown that; 1) Elderlies realize the importance of savings plans, investment plans and life insurance. Early savings and life insurance would lead to tax benefits and financial independence. They learn from life insurance agencies and media advertisement; 2) Competitive Strategy for life insurance business. Thailand is becoming an aging society, life insurance firms have launched various senior life insurance products. They compete to serve the needs for ill elderlies who previously thought they were not eligible for a life insurance. Life insurance firms have launched life insurance products which require no medical checks. There are 7 main strategies used in the competition i.e. 1) Multi-channel strategy 2) Multi-product strategy 3) Alliance strategy 4) Existing channel growth strategy 5) Customer retention strategy 6) Marketing communication strategy and 7) Human resource strategy. The most popular strategies used in the industry are multi-channel strategy, multi-product strategy as they respond to demands on life insurance and the changing society. Other strategies are used to support the success of life insurance firms.

Benefits of this research could be used to facilitate plan savings and manage investments for elderlies. It could also support life insurance product strategies to be devised more efficiently.

KEY WORDS : Elderlies , Life insurance strategy / Life insurance business.

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี 2548 และกำลังเผชิญหน้ากับภาวะการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรสูงอายุ อันเป็นผลจากการที่อัตราเกิดของคนไทยลดลงอย่างมากและชีวิตของคนไทยที่ยืนยาวขึ้น สังคมไทยได้รับรู้และตระหนักถึงสถานการณ์การสูงวัยของประชากรพอสมควรแล้ว แต่สิ่งที่สังคมยังไม่ตระหนักชัดและยังได้รับข้อมูลไม่มากนักคือ ภาพสังคมสูงอายุไทยในอนาคตนับจากนี้เป็นต้นไป (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย,2556)

“สังคมผู้สูงอายุ” จึงเป็นประเด็นท้าทายสำคัญที่ไม่อาจละเลยได้รัฐต้องเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้เกิดกลไกการขับเคลื่อนการทำงานอย่างเหมาะสมและสนับสนุนทรัพยากร รวมทั้งองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมผู้สูงอายุ อาทิ การส่งเสริมผู้สูงอายุเข้าสู่ภาคการผลิต การนำความรู้และพลังของผู้สูงอายุมาจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การจัดการบริหารด้านสาธารณสุขโรคและสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้อง กับความต้องการด้านสังคม อารมณ์ สุขอนามัยและการเงิน (ร่างยุทธศาสตร์การวิจัยรายสาขา : ด้านสังคมผู้สูงอายุ พ.ศ.2555-2559, สภาวิจัยแห่งชาติ)

รัฐบาลเริ่มมีความตื่นตัวในการรับมือกับการเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยมากยิ่งขึ้น มีการเตรียมความพร้อมสังคมไทยสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และมีการจัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ การออมเป็นแนวทางที่สำคัญที่สมควรได้รับการสนับสนุนเพื่อสร้างหลักประกันรายได้ที่มั่นคงเมื่อยามสูงวัย ปัจจุบันยังมีหลักประกันด้านรายได้อื่นอีก เช่น การสะสมเงินเข้ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) กองทุนรวมระยะยาว (LTF) และการทำประกันชีวิต ระบบบำนาญข้าราชการ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ และกองทุนประกันสังคม แต่ระบบเหล่านี้ครอบคลุมกลุ่มแรงงานในระบบเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังไม่ครอบคลุมคนส่วนใหญ่ของประเทศ (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย,2556)

การประกันชีวิตเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ส่งเสริมการออมเพื่อสร้างหลักประกันและความมั่นคงในชีวิต การทำประกันชีวิตมีความสำคัญต่อการวางแผนทางการเงินของบุคคลเพื่อรองรับการเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ รัฐบาลได้เห็นถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิต กำหนดให้เบี้ยประกันชีวิตสามารถนำไปหักลดหย่อนได้ ซึ่งเมื่อผู้ออมในวัยทำงานหากได้มีการวางแผนการทำประกันชีวิต เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดอายุ จะได้รับเงินเพื่อสามารถนำไปใช้จ่ายเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุหรือยามเกษียณได้อย่างเพียงพอในการดำรงชีวิต การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุหรือวัยเกษียณจึงมีความสำคัญมาก รัฐบาลจะต้องกระตุ้นให้มีการออมตั้งแต่เริ่มต้นการทำงาน เพื่อที่จะให้ประชาชนมีเงินพอใช้จ่ายในยามเกษียณ เมื่อพิจารณาสถานการณ์การออมของประเทศไทยแล้ว นโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดการขยายการลงทุนและการบริโภคเพิ่มขึ้น พบว่าการออมรวมและการลงทุนรวมของประเทศในปี 2557 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การขยายตัวของการออมกลับขยายตัวน้อยกว่าการลงทุน ทำให้แนวโน้มการออมอาจไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายของประชาชนในอนาคตได้ (ข้อมูลสถิติ ,สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2558)

เมื่อกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุเห็นความจำเป็นในการทำประกันชีวิตมากขึ้น เพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในอนาคตรับคุณภาพชีวิตที่ดี คนวัยทำงานจะเริ่มขาดรายได้เมื่อเกษียณที่อายุ 60 ปี ต้องมีเงินออมไว้ใช้หลังเกษียณอย่างน้อย 10-15 ปี ดังนั้น บริษัทประกันชีวิตจึงแข่งขันกันออกผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น และลดข้อจำกัดเงื่อนไขการทำประกันชีวิต เช่น ออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต

สำหรับผู้สูงอายุที่ไม่ต้องตรวจ และตอบคำถามสุขภาพ ด้วยเหตุผลที่ว่าผู้สูงอายุมักจะมีปัญหาเรื่องโรคประจำตัว สุขภาพไม่แข็งแรง ทำให้เป็นปัญหาต่อการทำประกันชีวิต ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการออม การลงทุน และการวางแผนทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุเพื่อให้ทราบความเข้าใจและความต้องการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ และกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้น เกิดการประหยัดจากขนาดในการดำเนินธุรกิจ การแข่งขันกันออกผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุรูปแบบต่าง ๆ มาตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกลุ่มใหญ่มากขึ้น บริษัทประกันชีวิตต่างมุ่งแข่งขัน และนำเสนอจุดเด่นผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อจูงใจให้ลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุได้เห็นความสำคัญในการทำประกันชีวิตมากขึ้น ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มีอยู่ในท้องตลาดมีอยู่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า บริษัทประกันชีวิตแต่ละบริษัทจะใช้กลยุทธ์ใดบ้างในการแข่งขันขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผู้สูงอายุ ตลอดจนวิเคราะห์รูปแบบกรรมธรรม์ประกันชีวิตผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้สูงอายุเกิดทางเลือกในการทำประกันชีวิต ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ธุรกิจประกันชีวิตจะเข้ามามีบทบาทในการรองรับสภาวะสังคมผู้สูงอายุในอนาคต ถือได้ว่าเป็นความท้าทายใหม่กับตลาดธุรกิจประกันชีวิต เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับองค์กรแล้ว ถือว่ายังเป็นการหลักประกันสุขภาพที่ดีให้กับผู้สูงอายุอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทบทวนทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ทฤษฎีการสูงอายุออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ ทฤษฎีทางชีววิทยาที่อธิบายถึงกระบวนการชราภาพ ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่อธิบายกลไกการเจริญด้านจิตวิทยาผู้สูงอายุ และทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่กล่าวถึงแนวโน้มบทบาทของบุคคล สัมพันธภาพ และการปรับตัวทางสังคมในช่วงท้ายของชีวิต หรือเป็นทฤษฎีที่พยายามวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีสถานะทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต การประกันชีวิตวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันเพื่อช่วยกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องมาจากการเสียชีวิต เมื่อบุคคลใดเสียชีวิต ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบุคคลดังกล่าวก็จะได้รับเงินส่วนเฉลี่ยเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน โดยบริษัทประกันชีวิตจะหาหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำเงินส่วนเฉลี่ยไปจ่ายให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบุคคลที่เสียชีวิต การทำประกันชีวิตจึงเป็นการสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้เอาประกันภัยและครอบครัว หากเกิดการเสียชีวิต จะได้รับเงินตามที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขของกรรมธรรม์ หากมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดกรรมธรรม์จะได้รับเงินตามเงื่อนไขของกรรมธรรม์ซึ่งแล้วแต่แบบกรรมธรรม์ที่ได้ทำประกันชีวิตไว้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือการประกันชีวิตประเภทสามัญ การประกันชีวิตประเภทอุตสาหกรรม และการประกันชีวิตประเภทกลุ่ม (ชูเกียรติ ประมูลผล , 2538)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออมการลงทุน โดยทฤษฎีนี้จะอธิบายความหมายของการออมเงินออม (Saving) ตามความหมายของพจนานุกรมศัพท์ทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึงส่วนหนึ่งของรายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หากแต่เก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายต่าง ๆ ในอนาคต การใช้เงินออมอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การถือไว้เป็นเงินสด นำเงินออมไปฝากธนาคาร หรือนำเงินออมไปซื้อหลักทรัพย์ เป็นต้น โดยกล่าวถึงทฤษฎีการบริโภคของเคนส์ ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ ทฤษฎีการบริโภคนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก ทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบ รวมถึงรูปแบบการออมประเภทต่าง ๆ การออม แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ การออมทางตรง คือ การออมที่เกิดขึ้นโดยผ่านเครื่องมือการออมรูปแบบต่างๆ โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางใน 2 รูปแบบ คือ ตลาดเงิน เป็นการระดมเงินทุนระยะสั้น เช่น ตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วแลกเงิน และตลาดทุน เป็นการระดมเงินทุนระยะยาว 1 ปีขึ้นไป เช่น หุ้นกู้ พันธบัตรรัฐบาล ตลาดหลักทรัพย์ การออมทางอ้อม คือ การออมที่เกิดขึ้นโดยการที่ผู้มีเงินออมทำการออมผ่านตัวกลางทางการเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม (วเรศ อุปปาทิก, 2544) ทฤษฎีการลงทุนนั้นได้อธิบายว่า การลงทุนแบ่งเป็นประเภทใหญ่ได้ 3 ประเภท การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment) การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment) การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) (ธนิตย์ พลายมาศ , 2551)

4. แนวคิดและทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ และ ส่วนประสมทางการตลาด ได้กล่าวถึงความหมาย ความสำคัญและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตได้ (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ , 2552)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ โดยทฤษฎีนี้ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้ และธุรกิจบริการหมายถึง การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก และกล่าวถึงผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ ลักษณะของการบริการซึ่งเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า (Kotler, 1997)

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างวัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธุรกิจประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงการออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ และเพื่อศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ธุรกิจประกันชีวิตใช้ในการแข่งขัน สำหรับเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจทำประกันชีวิต และเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิต รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีการวิจัย การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธุรกิจประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาลักษณะการออม การลงทุน และการวางแผนการ

ทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต วิเคราะห์รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต ผู้สูงอายุ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีการกำหนดจุดสนใจไว้เป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ เพื่อสอบถาม ผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ในการวิเคราะห์ให้ได้มากที่สุด

2. การเลือกพื้นที่ ในการวิจัยนี้ เลือกพื้นที่ในการศึกษาเป็นกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการปกครอง เศรษฐกิจ การศึกษา การพาณิชย์ การสื่อสาร มีอัตราการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง จากข้อมูลสถิติการรับประกันชีวิตทั้งระบบ ณ มกราคม ถึง มิถุนายน 2557 จังหวัดกรุงเทพมหานครมีจำนวนการรับประกันชีวิตสูงสุดเป็นอันดับแรกคิดเป็น 47.76 % ของทั้งประเทศ อันดับ สองคือจังหวัดเชียงใหม่ 17.86 % อันดับสามคือจังหวัดเชียงราย 10.54% ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ที่มีจำนวนการ รับประกันชีวิตน้อยมากเพียง 1-5 % เท่านั้น จังหวัดกรุงเทพมหานครมีเบี้ยประกันชีวิตสูงถึง 128,071,873,000 บาท จึงเป็นจังหวัดที่กำหนดเป็นพื้นที่การศึกษา

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 กลุ่ม ดังนี้ คือผู้สูงอายุ จำนวน 8 คน ผู้จัดการฝ่ายขาย พนักงานขาย ที่เป็นตัวแทนประกันชีวิต จาก บริษัท เอ ไอ เอ จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

4. เครื่องมือที่ใช้ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกใช้แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งผู้สัมภาษณ์กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์ไว้อย่างคร่าว ๆ เท่านั้น ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ สัมภาษณ์จึงมีอิสระในการถามและตอบอย่างเต็มที่

5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดย สร้างแบบสัมภาษณ์ประเภทกึ่งโครงสร้าง เพื่อความยืดหยุ่นต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อกำหนดแนวคำถามในการ สัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1) ศึกษาจากเอกสารทุติย ภูมิ (Documentary Research) ผลงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เพื่อนำมาประกอบการวิจัย การศึกษาเอกสาร ช่วยในการกำหนดประเด็นที่สำคัญ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยมากที่สุด 2) การ สัมภาษณ์ปฐมภูมิ (Interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในประเด็นต่าง ๆ ที่ให้ ความสนใจ โดยสร้างแนวคำถามอย่างกว้าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่าง ๆ จะมี ลักษณะยืดหยุ่นไม่กำหนดตายตัว ลักษณะการสัมภาษณ์จะเป็นการสนทนามากกว่าการสัมภาษณ์ เพื่อไม่ให้ผู้ให้ สัมภาษณ์รู้สึกกดดันหรืออึดอัด และจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง 3) การศึกษาวิเคราะห์ ผลผลิตภัณธ์ประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุของบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 บริษัท คือ บริษัท เอไอเอ จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) รูปแบบกรมธรรม์ ประกันชีวิต คือ บริษัท เอไอเอ จำกัด ได้แก่ อาวุโส โอเค อาวุโส เทคแคร์ เอไอเอ 50 อัพ บริษัท เมืองไทย ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เมืองไทยวัยเก๋า สุขใจวัยเก๋า วัยเก๋าทั่วไทย และบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้แก่ สมาร์ทชีเนียร์ ทรัพย์มิ่งขวัญ 90/15 ทรัพย์มิ่งขวัญ (มีเงินปันผล)

7. การบันทึกข้อมูลภาคสนาม การวิจัยครั้งนี้ได้ขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการใช้เครื่องบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งการบันทึกเสียงจะช่วยเก็บข้อมูลให้ไม่ขาดหาย หรือตกหล่น และได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และยังสามารถนำมาทบทวนซ้ำในภายหลังได้

8. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งพื้นที่ในแต่ละครั้งมาลำดับเหตุการณ์ เรียบเรียงวิเคราะห์ จัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ พิจารณาข้อมูลที่ได้แต่ละครั้งว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่ และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปอีกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) เพื่อหาข้อสรุปนำข้อสรุปที่ได้หรือและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้การดำเนินการถูกต้อง ก่อนจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์

9. การตรวจสอบความเชื่อมั่น ได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในระยะเวลา สถานที่ และบุคคล ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การตรวจสอบเป็น 2 รูปแบบ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ทั้ง 2 กลุ่ม มาเชื่อมโยงเพื่อประมวล และวิเคราะห์ว่าข้อมูลมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งทั้งภายในและระหว่างกลุ่มแต่ละกลุ่มหรือไม่ กรณีข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความขัดแย้ง ไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ก็จะนำข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลอื่นถึงประเด็นดังกล่าวอีก เพื่อให้ได้มาซึ่งความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล ส่วนข้อมูลที่เป็นที่สงสัยและไม่สามารถพิสูจน์ทราบได้หรือขาดความน่าเชื่อถือ จะไม่นำข้อมูลนั้นมาใช้ และหากได้ข้อมูลไม่เพียงพอที่จะศึกษา จะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์และสอดคล้องกับความเป็นจริงตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด โดยในรูปแบบที่สองได้ใช้การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้แก่การสำรวจเอกสาร ข้อมูลทางวิชาการที่มีการศึกษาไว้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมนำความรู้และข้อมูลที่ได้มาถกแถลง วิเคราะห์และเปรียบเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล หากข้อมูลที่ได้มีความขัดแย้งกันหรือขาดความน่าเชื่อถือ จะต้องดำเนินการค้นคว้าและตรวจสอบเพิ่มเติมเพื่อเป็นการยืนยัน และหาข้อสรุปเพื่อให้เกิดความชัดเจนและความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลต่อไป

10. การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้คำนึงถึงจรรยาบรรณและพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน มีการแนะนำตัวแก่ผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ ขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล บอกกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งแจ้งว่า จะไม่นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นโดยเด็ดขาด การนำเสนอข้อมูลจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลและหน่วยงาน หากไม่สะดวกจะให้ข้อมูลหรือไม่สามารถตอบประเด็นใดได้ก็สามารถปฏิเสธได้

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ

1.1 การวางแผนการออม การลงทุน เพื่อวัยเกษียณ

ผลการศึกษาในส่วนนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเห็นว่า การออมเงินเพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในวัยเกษียณเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้สูงอายุมีวัตถุประสงค์การออมเงินเพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในอนาคต มีคุณภาพชีวิตที่ดี และไม่ต้องประสบปัญหาทางการเงินในวัยเกษียณ สามารถใช้ชีวิตหลัง

เกษียณอย่างมีความสุข จึงเห็นว่าจำเป็นต้องออมเงินให้มีเงินเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นและสร้างความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ การออมเงินจะสามารถออมได้จำนวนมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถในการหารายได้ของบุคคลนั้น ๆ และเห็นว่าการที่หลายคนยังเข้าใจผิดว่าการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณเป็นเรื่องของคนอายุมากใกล้เกษียณ ทั้งที่จริงแล้ว การจะมีเงินใช้หลังเกษียณที่มีความสุข มีเงินอย่างเพียงพอ ต้องอาศัยการวางแผนล่วงหน้าในระยะยาวตั้งแต่เริ่มต้นทำงานเลยทีเดียว การวางแผนเมื่อใกล้เกษียณ นอกจากจะลำบากและต้องกดดันตัวเองมากกว่าการเตรียมความพร้อมไว้ตั้งแต่เนิ่น ๆ แล้วยังอาจไม่ทันการณ์อีกด้วย และได้มีการฝากข้อคิดให้กับคนที่อยู่ในวัยทำงานด้วยว่าทุกคนควรต้องเริ่มต้นวางแผนการเงินตั้งแต่วันนี้เพื่อรับมือกับวัยเกษียณได้อย่างสบาย สำหรับการลงทุนแล้ว ผู้สูงอายุมักจะลงทุนที่ไม่มีความเสี่ยงหรือความเสี่ยงต่ำมาก โดยส่วนมากจะฝากเงินกับธนาคาร และนำไปลงทุนสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำส่วนหนึ่งเช่น พันธบัตรออมทรัพย์ เป็นต้น

1.2 การวางแผนการทำประกันชีวิต

ผลการศึกษาในส่วนนี้ การวางแผนทำประกันชีวิตนั้น กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีความเข้าใจการประกันชีวิตในเบื้องต้น และเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ ผู้สูงอายุจะมีการเก็บออมเงินในรูปของการฝากเงินไว้กับธนาคารและจัดสรรเงินจำนวนหนึ่งไปลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทน เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าเงินสำหรับเกษียณอายุเป็นสิ่งสำคัญควรเก็บไว้อย่างปลอดภัย และไม่ยอมนำเงินนั้นไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยง โดยหากเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีภาระเรื่องภาษีก็จะพบว่ามีในการทำประกันชีวิตเพื่อให้สามารถหักลดหย่อนภาษีได้ มีการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในอนาคต มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีเงินใช้จ่ายยามแก่ การซื้อประกันชีวิตเพื่อหักลดหย่อนภาษีได้ก็มักจะมีอายุกำหนดให้เก็บออมไว้เป็นระยะยาว จึงจะสามารถนำเงินออกมาใช้จ่ายได้ ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่วงที่ใกล้จะเกษียณอายุโดยการทำประกันชีวิตก็มักจะดูเงื่อนไข ความคุ้มครองที่ตรงตามความต้องการของตนเอง เบี้ยประกันชีวิตไม่แพง และมักจะเลือกบริษัทที่ได้รับความนิยม มีชื่อเสียง และบริการที่ดี

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต

2.1. วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาในส่วนนี้ ทำให้ได้ข้อมูลว่า เมื่อสังคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น บริษัทประกันชีวิตที่เป็นผู้นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผู้สูงอายุต่างออกแบบผลิตภัณฑ์และนำกลยุทธ์ต่าง ๆ ออกมาแข่งขันกัน รูปแบบประกันชีวิตผู้สูงอายุของแต่ละบริษัทมีจุดเด่นแตกต่างกันออกไป เช่น บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แบบไทยประกันชีวิต 50 แซบเวอร์ รับประกันตั้งแต่อายุ 50-70 ปี นำเสนอจุดเด่นเรื่องการเลือกระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันชีวิต ให้ความคุ้มครองโรคร้ายแรง บริษัท เอไอเอ จำกัด นำเสนอการไม่ต้องตรวจสุขภาพ หรือตอบคำถามสุขภาพใด ๆ แต่จุดที่เหมือนกันคือ ให้ความคุ้มครองสูงสุดถึงอายุ 90 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า การไม่ต้องตรวจสุขภาพใด ๆ นั้น บริษัทก็ไปกำหนด เงื่อนไขความคุ้มครอง โดยจะไม่จ่ายเงินค่าสินไหมทดแทนกรณีเสียชีวิตในสองปีแรก เป็นการจ่ายคืนเพียงเบี้ยประกันชีวิตที่ผู้เอาประกัน

จ่ายไปบวกค่าตอบแทน (ดอกเบี้ยว) ร้อยละ 2 และไม่คุ้มครองกรณีเจ็บป่วย จะคุ้มครองเฉพาะกรณีเจ็บป่วยเนื่องจากอุบัติเหตุ ซึ่งบางกรมธรรม์อาจซื้อความคุ้มครองสุขภาพเพิ่มได้

2.2. กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต

ผลการศึกษาในส่วนนี้ ธุรกิจประกันชีวิตมีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรงบริษัทประกันชีวิตต่างใช้กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ออกมาเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดให้มากที่สุด จากการสัมภาษณ์บุคลากรฝ่ายขายของบริษัทประกันชีวิตรายใหญ่ 3 ราย ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างคือ บริษัท เอไอเอ จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต ได้แก่

1. กลยุทธ์การขายช่องทางทางการขายที่หลากหลาย จากเดิมที่อาศัยช่องทางการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตอย่างเดียวก็เพิ่มช่องทางอื่น ๆ มากขึ้นเพื่อรองรับกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมออนไลน์ อาศัย social network มากขึ้น ผ่านร้านสะดวกซื้อ เว็บไซต์

2. กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับสภาพสังคม ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเป็นสังคมผู้สูงอายุก็ออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ แบบบำนาญ

3. กลยุทธ์พันธมิตร ทุกบริษัทต่างก็หาเครือข่ายเพิ่มช่องทางการขายเพื่ออาศัยจุดแข็งของบริษัทพันธมิตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นพันธมิตรกับสถาบันการเงิน เช่นบริษัท เอไอเอ จำกัด จับมือกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ก็จับมือเป็นพันธมิตรกับธนาคารกสิกรไทย บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จับมือกับบริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และธนาคารไอซีบีซี

4. กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพช่องทางการขาย ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สืบเนื่องจากการขายช่องทางทางการขายที่หลากหลาย เนื่องจากนอกจากการขายช่องทางทางการขายแล้ว ช่องจากที่มีอยู่เดิมก็จำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่องทางการขายที่มีอยู่เดิมและเป็นช่องทางหลักของการขายประกันชีวิต คือ การขายผ่านตัวแทนประกันชีวิต แม้มีช่องทางหลากหลาย แต่ความสำคัญของตัวแทนประกันชีวิตยังเป็นช่องทางสำคัญได้ใกล้ชิดและพบปะลูกค้า สร้างความเข้าใจ ความผูกพัน กับลูกค้า บริษัทประกันชีวิตจึงได้กำหนดให้มีการอบรมพัฒนาทักษะของตัวแทนประกันชีวิต ให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการ การสร้างความเข้าใจลูกค้าและความต้องการของลูกค้า

5. กลยุทธ์รักษาลูกค้า เป็นกลยุทธ์ที่เสริมสร้างความยั่งยืนของบริษัทประกันชีวิต การหาลูกค้าเข้ามาใหม่ ๆ ทุกวันนั้น ต้องไม่ลืมว่า ลูกค้าเก่าเป็นลูกค้าที่ทำให้บริษัทมีกำไร เนื่องจากรายใหม่ ๆ ยังไม่เกิดกำไร ธุรกิจประกันชีวิตมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานปีแรก ๆ สูง และจะค่อย ๆ ลดลงในปีต่อไป ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ บริษัทประกันชีวิตทุกบริษัทยังคงให้บริการ ติดตาม และห่วงใย ลูกค้ามีการส่งของขวัญ เพื่อระลึกถึงในวันสำคัญ ๆ สร้างความประทับใจให้ลูกค้ามาก มีการทำระบบสมาชิกสะสมแต้ม สิ่งเหล่านี้ เป็นการรักษาลูกค้าไว้ให้อยู่กับบริษัทตลอดไป และเชื่อว่า การบริการกับลูกค้าเดิมที่ดี ทั้งในเรื่องการเบิกเงินไหม การชำระเบี้ย ประกัน ขอบัญหาใด ๆ ก็ตาม จัดตั้งศูนย์ดูแลลูกค้า เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และอาจมีการแนะนำเพื่อนญาติหรือบุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการกับบริษัทตนเองด้วย สามารถขยายฐานลูกค้าออกไปได้อีก

6. กลยุทธ์สื่อสารทางการตลาด จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละบริษัทมีวิธีการสื่อสารทางการตลาดหลายช่องทาง ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณาทางโทรทัศน์ ใช้ดาราที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ลูกค้าติดตาม

และรู้จักชื่อเสียงของบริษัท เห็นรูปแบบการประกันชีวิตแบบต่าง ๆ ที่สื่อสารไป บางบริษัทก็ใช้สื่อการโฆษณาที่สร้างความประทับใจ ความผูกพันระหว่าง พ่อแม่ลูก สามิภรรยา และในส่วนของบริษัทก็จะมีการจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ขึ้น

7. กลยุทธ์บุคลากร จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต เป็นสิ่งสำคัญและต้องถือปฏิบัติในการประกอบอาชีพของตัวแทน จากการศึกษาและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้จัดการฝ่ายขาย และพนักงานขายทุกบริษัทมีความเห็นว่า จรรยาบรรณเป็นสิ่งสำคัญและพึงปฏิบัติให้ได้ แม้ว่าบางข้ออาจปฏิบัติได้ยาก แต่ก็ต้องพยายามดำเนินการให้เป็นไปตามจรรยาบรรณ ซึ่งกล่าวโดยองค์รวมคือ ต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต นำเสนอสิ่งที่เหมาะสมกับลูกค้า ไม่บิดเบือนหรือกล่าวถึงผลประโยชน์เกินความจริง กล่าวถึงเงื่อนไขกรมธรรม์ครบถ้วน ไม่กล่าวร้ายตัวแทนคู่แข่งหรือบริษัทอื่น รักษาผลประโยชน์ลูกค้า นอกจากนั้นตัวแทนประกันชีวิตต้องให้บริการที่ดีกับลูกค้า พัฒนาตนเอง สามารถยกระดับวิชาชีพให้เป็นທີ່ปรึกษาทางการเงิน

อภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ

1.1 การวางแผนการออม การลงทุน เพื่อวัยเกษียณ

ผู้สูงอายุควรต้องมีการวางแผนการออม การลงทุน แต่เน้น ๆ ต้องมองอนาคตว่าภาระที่อาจเกิดขึ้นหลังจากที่รายได้ลดลง หรือบางคนอาจไม่มีรายได้เลยนั้น มีมากน้อยเพียงไร และเริ่มวางแผนการเกษียณของตนเอง โดยการจัดสรรให้มีเงินออมส่วนหนึ่ง เพื่อการมีชีวิตที่ดี ลดการพึ่งพาภาครัฐได้มีการจัดตั้งกองทุนการออมแห่งชาติเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยที่ประเทศไทยยังไม่มีระบบการออมเพื่อการชราภาพที่ครอบคลุมภาคแรงงานทุกประเภทได้อย่างทั่วถึง ซึ่งยังมีแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศที่ไม่ได้รับความคุ้มครองเพื่อการชราภาพ และแรงงานเหล่านี้มีความเสี่ยงที่จะตกอยู่ในความยากจนในวัยสูงอายุ เพราะไม่มีช่องทางให้เข้าถึงเครื่องมือการออมเงินในขณะที่อยู่ในวัยทำงาน นอกจากการจัดสวัสดิการช่วยเหลือของภาครัฐแล้ว ควรต้องส่งเสริมและเตรียมมาตรการรองรับให้ผู้สูงอายุวัยต้น ๆ ที่ยังสามารถทำงานได้ ได้มีโอกาสในการทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง ลดภาระที่อาจเกิดขึ้นกับภาครัฐในระยะยาว

1.2. การวางแผนการทำประกันชีวิต

ก่อนก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ ควรเริ่มออมตั้งแต่อายุอยู่ในวัยทำงานเพื่อให้มีเงินออมไว้ใช้เมื่อเกษียณ การประกันชีวิตจึงเป็นตัวเลือกที่ผู้ออมเงินสามารถเก็บเงินไว้ใช้ยามเกษียณได้ การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผลตอบแทนจากการทำกรมธรรม์ประกันชีวิตอาจจะไม่แตกต่างมากเมื่อเทียบกับเงินฝากธนาคาร โดยประโยชน์หลักของการทำประกันคือ การออมเงินแบบมีวินัยเพราะเราต้องจ่ายเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี นอกจากนั้นแล้ว เรายังได้ความคุ้มครองในกรณีต่างๆแล้วแต่ที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ เช่น เราอาจเลือกกรมธรรม์คุ้มครองสุขภาพและอุบัติเหตุเพื่อช่วยในเรื่องค่าใช้จ่ายทางสุขภาพหลังวัยเกษียณ

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต

2.1. วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

บริษัทประกันชีวิตออกรูปแบบกรมธรรม์ผู้สูงอายุโดยมีจุดขายเรื่อง การไม่ต้องตรวจสุขภาพและตอบคำถามเกี่ยวกับสุขภาพใด ๆ นั้น ในขณะที่เดียวกันเมื่ออายุมากขึ้นความเสี่ยงที่จะเกิดโรคร้ายหรือปัญหาเรื่อง

สุขภาพจะมีมาก ผู้สูงอายุโดยรวมแล้วมักจะมีโรคประจำตัว จึงอาจไม่สอดคล้องกับหลักการประกันชีวิตโดยทั่วไป ถ้ามีความเสี่ยงมาก เบี้ยประกันชีวิตก็ย่อมต้องสูงด้วย บริษัทประกันชีวิตจึงไปกำหนดเป็นเงื่อนไขให้ความคุ้มครองการรักษายาพยาบาลที่เกิดจากอุบัติเหตุ การเสียชีวิต จึงเห็นว่า หากตัดสินใจทำประกันชีวิตควรตรวจสอบสุขภาพ และทำประกันชีวิตสะสมทรัพย์เพื่อการออม และซื้อการประกันสุขภาพเป็นสัญญาเพิ่มเติมจะได้ประโยชน์มากกว่า แต่ผู้เอาประกันชีวิตอาจต้องจ่ายเบี้ยประกันชีวิตที่ค่อนข้างสูง หากตัดสินใจทำประกันชีวิตควรเริ่มทำตั้งแต่อายุไม่มากเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.2. กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจประกันชีวิตใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน ดังนี้

2.2.1. กลยุทธ์การขยายช่องทางการขายที่หลากหลาย ธุรกิจประกันชีวิตช่องทางการขายเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากกรรมธรรม์ประกันชีวิตเป็นสัญญาต่างตอบแทนการให้ความคุ้มครอง ไม่มีตัวสินค้าเหมือนสินค้าอื่น ๆ ช่องทางการขายจึงสำคัญ และเมื่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมไปสู่สังคมดิจิทัล แนนอนช่องทางการขายที่อดีตอาศัยการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตเพียงอย่างเดียวนั้น แม้ในปัจจุบันจะยังเป็นช่องทางหลัก แต่ธุรกิจประกันชีวิตก็ต้องเร่งพัฒนาช่องทางการขายเพื่อรองรับสื่อ social media ที่กำลังมาแรงให้ได้ เพื่อการเข้าถึงลูกค้า รวมถึงการพัฒนาช่องทางการชำระเงินให้ง่ายและสะดวกด้วย หากบริษัทใดมีกลยุทธ์ที่ดี ก็จะสามารถนำตลาดและมียอดขายที่เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

2.2.2. กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของบริษัทประกันชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแข่งขันจะรุนแรงมากขึ้น การใช้ด้านเทคโนโลยีเช่น Smartphone และการสื่อสารผ่านช่องทางsocial media ที่เอื้อให้บริษัทประกันชีวิตเข้าถึงและเข้าใจรูปแบบการใช้ชีวิต รวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค บริษัทประกันชีวิตต้องอาศัยช่องทางนี้ออกผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับความจำเป็นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของสังคมได้ ก็สามารถชิงส่วนแบ่งการตลาดได้มาก

2.2.3. กลยุทธ์พันธมิตร เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนกลยุทธ์ช่องทางการขายที่หลากหลายและกลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทุกวันนี้ในโลกของการทำธุรกิจเราไม่สามารถยืนหยัดได้เพียงลำพัง การแข่งขัน ความรวดเร็วทำให้หลายบริษัทต้องมองหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อลดต้นทุนการผลิต การแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน สร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เติบโตเต็มจุดแข็งของกันและกัน การร่วมกันสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนี้สนับสนุนให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาว และนำไปสู่การเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อไปในอนาคต สำหรับธุรกิจประกันชีวิตพันธมิตรที่สำคัญจะมุ่งเน้นไปที่สถาบันการเงิน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่ประกันชีวิตยังเข้าไม่ถึง

2.2.4. กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพช่องทางการขาย ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตจำเป็นต้องมีความหลากหลาย ขณะเดียวกันช่องทางการขายที่มีอยู่เดิม จำเป็นต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หากบริษัทประกันชีวิตสามารถดำเนินการไปควบคู่กันได้ ย่อมสร้างโอกาสและการเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

2.2.5. กลยุทธ์รักษาลูกค้า การรักษาลูกค้าเดิมไว้ โดยมีให้ทั้งกรรมธรรม์เดิมเป็นเรื่องสำคัญของธุรกิจประกันชีวิต บริษัทประกันชีวิตไม่สามารถมุ่งหน้าหาลูกค้าใหม่ โดยไม่สนใจลูกค้าที่มีอยู่ ต้องตระหนัก

เสมอว่า ลูกค้าเดิมที่อยู่กับบริษัทนานนั้น สามารถสร้างผลกำไรให้บริษัท เนื่องจากการประกันชีวิตจะมีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนสำหรับกรมธรรม์ปีแรกที่สูงมาก และจะลดลงจนได้กำไร ความยั่งยืนของบริษัทจึงอยู่ที่การสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ การเข้าใจ และเอาใจใส่ลูกค้า ตอบสนองความต้องการ ขอรื้อปัญหา ด้านการประกันชีวิตได้ ก็จะรักษาลูกค้าให้อยู่กับบริษัทได้

2.2.6. กลยุทธ์สื่อสารทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนช่องทางการขาย และการออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต บริษัทสามารถใช้การสื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้ารู้จักบริษัท ไว้วางใจ และสนใจทำประกันชีวิตกับบริษัท และต้องทำให้ลูกค้าหรือประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในบริษัท เพราะธุรกิจประกันชีวิตต้องสร้างและอาศัยความเชื่อมั่นจากลูกค้าและประชาชน

2.2.7. กลยุทธ์บุคลากร บุคลากรฝ่ายขายของบริษัทประกันชีวิตมีความสำคัญมาก ซึ่งต้องพัฒนาและส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต และการสร้างคุณภาพการบริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ แม้หลายคนจะบอกว่า ทำได้ยาก ไม่สอดคล้องกับการแข่งขันของธุรกิจก็ตาม แต่ก็ต้องทำ ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้น ภาครัฐควรต้องมีบทบาทในการกำหนดพฤติกรรมทางการตลาดต่าง ๆ (Market Conduct) ควบคู่ไปกับการสร้างจรรยาบรรณที่ดี ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจประกันชีวิต

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบในการอธิบายการออม การลงทุน และการทำประกันชีวิต ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต กลยุทธ์ในการแข่งขัน ประกอบด้วย 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันชีวิต 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออมการลงทุน 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาด 5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ จากการวิจัยที่อธิบายปรากฏการณ์ด้วยทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 5 ทฤษฎี ซึ่งเกี่ยวกับความสำคัญ ความหมาย ผู้สูงอายุ การประกันชีวิต การจัดการเชิงกลยุทธ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาการออม การลงทุน และการวางแผนการทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุและศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วนในทุกประเด็นที่ศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้สูงอายุและผู้สนใจ

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลการออม การลงทุน และการวางแผนทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุ การแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ บริษัทประกันชีวิต หน่วยงานภาครัฐ สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการกำหนดนโยบายและทิศทางการออกผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในการแข่งขัน เป็นไปตามเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ บนพื้นฐานของข้อค้นพบจากการศึกษา ดังนี้ 1) ควรมีการกำหนดนโยบายและแผนรณรงค์สร้างนิสัยการออมให้กับประชาชน กำหนดสวัสดิการที่เข้าถึงกลุ่มบุคคลที่ไม่มีบำนาญ บำนาญ 2) การออกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่หลากหลาย ต้องไม่แข่งขันกันออกจนทำให้ขาดหลักการของการประกันชีวิต 3) ด้านการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจ ภาครัฐควรต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อมิให้การแข่งขันที่รุนแรงกระทบต่อความมั่นคงของบริษัทประกันชีวิต

3. ประโยชน์เชิงการจัดการการวิจัยครั้งนี้ ผู้สูงอายุ ประชาชน สามารถนำข้อคิดไปปรับการวางแผนการออม การลงทุน การบริหารจัดการทางการเงิน เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี บริษัทประกันชีวิตสามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการวางแผนและพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไป ในส่วนของภาครัฐสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการกำกับดูแล โดยเฉพาะเรื่องผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผู้สูงอายุเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับประชาชนผู้เอาประกันภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาโดยเก็บข้อมูลในเชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในกรุงเทพมหานครจึงค่อนข้างเฉพาะเจาะจง หากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆ ผลการศึกษาอาจได้รับข้อมูลที่แตกต่างออกไป จะทำให้มีข้อมูลและมุมมองที่กว้างขึ้น สำหรับกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตเป็นการศึกษาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นบริษัทใหญ่ มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในลำดับต้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมกรณีเป็นบริษัทเล็ก ๆ อาจได้รับข้อมูลที่เป็นอีกแง่มุมหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตรอบด้านมากขึ้น

2. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลเชิงลึก ควรจะต้องมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาการวางแผนทำประกันชีวิตของผู้สูงอายุและกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิต ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตในภาพรวมเมื่อมีการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจประกันชีวิตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- จรัญญา วงษ์พรหม . (2558) . “การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ.” วารสาร Veridian E-Journal ปีที่ 8 , ฉบับที่ 3 , กันยายน – ธันวาคม 2558 : 187-201
- เฉลิมพล ทรัพย์อุไรรัตน์ . (2557) . “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุในตำบลห้วยขวาง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม.”วารสาร Veridian E-Journal ปีที่ 7 ,ฉบับที่ 2 , พฤษภาคม – สิงหาคม 2557 : 187-201
- ชูเกียรติ ประมูลผล . (2538) . การประกันชีวิต. ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). รายงานผลเบื้องต้นการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557 . พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(ว.ช.) . (2556) .ร่างยุทธศาสตร์การวิจัยรายสาขา ด้านสังคมผู้สูงอายุ พ.ศ. 2555-2559 . เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2558.เข้าถึงได้จาก http://www1.nrct.go.th/downloads/ps/seminar_13-03-2012/group9.pdf

วเรศ อุปปาทิก . (2544). **เศรษฐศาสตร์การเงิน และการธนาคาร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กองทุนผู้สูงอายุ. (2557) .**สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย 2556** . มุณินิธิสถาบันวิจัย
และพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) .สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล .

ธนิศ พลายมาศ . (2551) . **การออมและการลงทุน** . เศรษฐศาสตร์พื้นฐาน 2 . สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาด

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ . (2552) . **การจัดการเชิงกลยุทธ์** . กรุงเทพมหานคร . ซีเอ็ดดูเคชั่น

ภาษาต่างประเทศ

Kotler, Philip. (1997). **Definition of Marketing & Service**. New Jersey: Asimmon &Schuster.