

บทที่ 10 สถานการณ์และแนวโน้ม ในอนาคตธุรกิจประกันภัย

บรรยายโดย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.हरषा คล้ายจันทร์พงษ์

หัวข้อเนื้อหาประจำบท



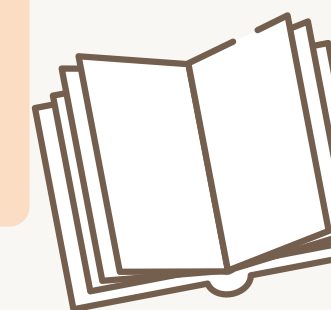
1. สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต
2. ข้อมูลเศรษฐกิจและข้อมูลธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบัน
3. สถานการณ์ธุรกิจประกันวินาศภัย
4. แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประกันชีวิต
5. สิ่งท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมประกันชีวิต



สถานการณ์และแนวโน้มในอนาคตธุรกิจประกันภัย



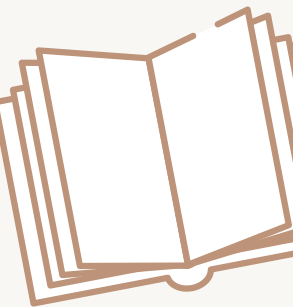
สถานการณ์โลกปัจจุบันส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ ประชาชนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการจัดการความเสี่ยงทั้งด้านสุขภาพ รายได้ และภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น การศึกษาแนวโน้มเศรษฐกิจควบคู่กับข้อมูลธุรกิจประกันภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อวางแผนป้องกันความเสียหายและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต



สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต



ธุรกิจประกันภัยได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจโลกและข้อตกลงขององค์การระหว่างประเทศ เช่น องค์การการค้าโลก ที่กำหนดให้ประเทศสมาชิกวางกรอบแนวปฏิบัติกับธุรกิจประกันภัย (จารุพร ไวยนันท์, 2552, หน้า 247) ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจประกันภัย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548 - 2557) ธุรกิจประกันภัยในไทยมีอัตราการขยายตัวของเบี้ยประกันภัยเฉลี่ยปีละ 12.40% อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับประเทศที่มีการใช้ประกันภัยอย่างแพร่หลาย พบว่าประชากรไทยยังใช้ประกันภัยในการบริหารจัดการความเสี่ยงน้อย โดยสัดส่วนเบี้ยประกันภัยต่อ GDP (Insurance Penetration Rate) ของไทยอยู่ที่ 5.80% ขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและอังกฤษอยู่ที่ 14.80% และ 10.60% ตามลำดับ และสัดส่วนการถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตในไทยมีเพียง 30.77%

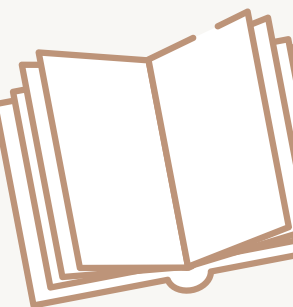


สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต



ประเทศญี่ปุ่นมีส่วนการถือครองกรรมสิทธิ์ประกันชีวิตเกินร้อยละ 100 และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน พบว่าค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยของประชากรไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยของประชากรไทยอยู่ที่ 10,826 บาท

ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีค่า insurance density อยู่ที่ 18,375 บาท และประเทศสิงคโปร์มีมูลค่า 131,565 บาท ทั้งนี้ในช่วงการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่เกิดขึ้น ระบบการเงินโลกมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดเงินและตลาดทุนในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ง่ายและรุนแรงมากขึ้น ทำให้เศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตที่ต่ำลงและเติบโตช้ากว่าในอดีตที่ผ่านมา



สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต

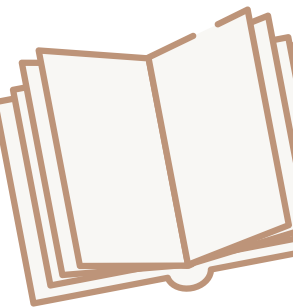


ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2560) ระบุว่า ทั้งผู้เอาประกันภัยและผู้รับประกันภัยจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเบี้ยประกันภัยที่จ่าย ผู้เอาประกันภัยต้องการผลตอบแทนจากการประกันภัยในขณะที่ผู้รับประกันภัยต้องการวางแผนบริหารธุรกิจให้สามารถคุ้มครองผลประโยชน์และส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ

ดังนั้นทั้งผู้เอาประกันภัยและผู้รับประกันภัยจะต้องมีข้อมูลที่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. สัดส่วนของเบี้ยประกันภัยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและเบี้ยประกันภัยต่อคน
2. สถิติตัวแทนประกันชีวิตทุกๆ ปีมีเพิ่มขึ้นของฝ่ายขายประเภทตัวแทนประกันชีวิต

(สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2560)



สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต

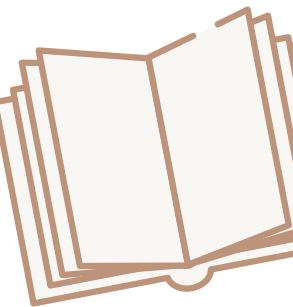


1. สัดส่วนของเบี้ยประกันภัยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและเบี้ยประกันภัยต่อคน

$$1.1 \text{ life Insurance Penetration} = \frac{\text{เบี้ยประกันชีวิตรวม}}{\text{ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(GDP)}}$$

$$1.2 \text{ life Insurance Density} = \frac{\text{เบี้ยประกันชีวิตรวม}}{\text{จำนวนประชากร}}$$

2. สถิติตัวแทนประกันชีวิตทุกๆ ปีมีเพิ่มขึ้นของฝ่ายขายประเภทตัวแทนประกันชีวิต



สถานการณ์ธุรกิจประกันวินาศภัย



สถานการณ์ธุรกิจประกันวินาศภัยในประเทศไทยมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยจำนวนเบี้ยประกันภัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 9 ปีที่ผ่านมา การประกันภัยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการประกันภัยรถยนต์ ซึ่งเป็นประเภทของการประกันภัยวินาศภัยที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด เมื่อเทียบกับประเภทอื่น ๆ โดยมีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยประมาณ 70% ของมูลค่าเบี้ยประกันวินาศภัยทั้งหมด (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2560)



แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประกันชีวิต



ธุรกิจประกันชีวิตมีอนาคตที่ดีและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2560) โดยมีแนวโน้มที่สำคัญดังนี้

1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตใหม่ ๆ

บริษัท ประกันชีวิตจะเร่งออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนซึ่งจะทำให้เบี้ยประกันภัยรับจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตและจำนวนเงินเอาประกันภัยก็จะสูงขึ้น โดยเฉพาะหากผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งแต่ละ บริษัท จะมีนักคณิตศาสตร์ประกันภัยเป็นผู้ทำการออกแบบกรมธรรม์ทำประกันภัยคำนวณอัตราเบี้ยประกันภัย



แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประกันชีวิต



2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์

บริษัท ประกันชีวิตเร่งโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นการให้ความสำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการรับรู้เกี่ยวกับ บริษัท และผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้เร็วกว่าในอดีตที่ผ่านมา

3 การพัฒนาและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย

บริษัท ประกันชีวิตมีการพัฒนาและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นการซื้อผ่านเว็บไซต์หรือเคาน์เตอร์เซอร์วิสสำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปต่าง ๆ ทำให้ประชาชนสามารถซื้อได้ง่ายขึ้นหรือการพัฒนาการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย



แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประกันชีวิต



4 การสนับสนุนจากภาครัฐภาครัฐ

ให้การสนับสนุนธุรกิจประกันภัยมากขึ้นโดยให้การส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชน

5 อัตราดอกเบี้ยในตลาดลดลง

แต่ไม่ได้ทำให้การทำประกันชีวิตลดลงเพราะในที่สุด บริษัท ประกันชีวิตจะมีกลยุทธ์ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อทำการขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่องอัตราดอกเบี้ยเป็นต้นทุนสำคัญอย่างหนึ่งในการผลิตสินค้าประกันชีวิตและบริษัท จะมีนักคณิตศาสตร์

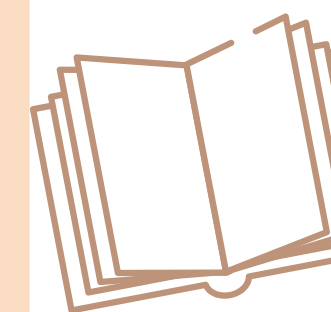


สิ่งที่ท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมประกันชีวิต



ปัจจัยหลายด้านที่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเติบโตของธุรกิจ อาทิเช่น โครงสร้างประชากร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปิดเสรีการประกันภัย การทำตลาดแบบ Digital Marketing หรือ Social medias ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักหรือสามารถซื้อผ่านระบบออนไลน์ได้รวดเร็วที่นับเป็นช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2560) โดยมีปัจจัยการส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตดังนี้

1. การที่ประชากรมีอายุยืนยาว
2. ทศนคติและความเชื่อมั่นต่อประกันชีวิต
3. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิตของประชาชน
4. การพัฒนาระบบเทคโนโลยี
5. การเปิดเสรีด้านการประกันภัย



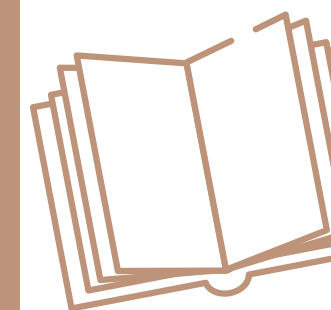
บทสรุป



ธุรกิจประกันภัยได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกโดยตรง โดยองค์การการค้าโลกกำหนดกรอบปฏิบัติสำหรับธุรกิจประกันภัยในประเทศสมาชิก ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันภัยไทยเติบโตเฉลี่ย 12.40% ต่อปี แต่เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ประชากรไทยยังใช้การประกันภัยเป็นเครื่องมือบริหารความเสี่ยงน้อย

สถานการณ์การประกันวินาศภัย

- เบี้ยประกันภัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วง 9 ปีที่ผ่านมา
- การประกันภัยรถยนต์มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด (กว่า 70%)

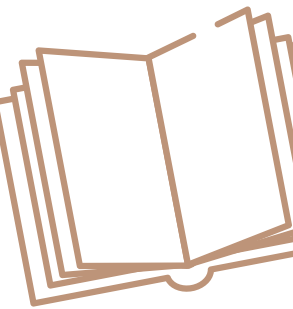


บทสรุป



แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประกันชีวิต

- การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์
- การพัฒนาช่องทางจำหน่าย
- การสนับสนุนจากภาครัฐ
- อัตราดอกเบี้ยในตลาดลดลง

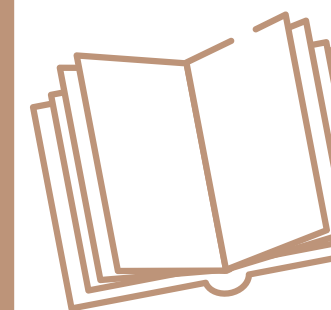


บทสรุป



สิ่งที่ท้าทายและปัจจัยส่งเสริมการเติบโต

- **ประชากรอายุยืนยาว:** ประชากรไทยมีอายุยืนยาวขึ้นอย่างรวดเร็ว
- **ทัศนคติและความเชื่อมั่น:** ความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อประกัน
- **ความรู้ความเข้าใจ:** แม้ความรู้จะเพิ่มขึ้น แต่ความเข้าใจในรายละเอียดกรมธรรม์ยังต้องได้รับการส่งเสริม
- **การพัฒนาระบบเทคโนโลยี:** การลงทุนในเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน
- **การเปิดเสรีด้านการประกันภัย:** บุคลากรต้องพัฒนาความรู้ด้านข้อมูล ภาษา และเทคโนโลยี

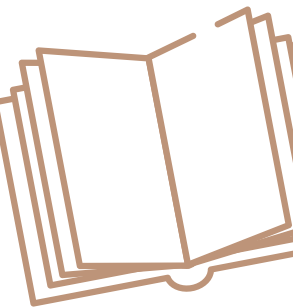


คำถามท้ายบท



จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้อธิบายสถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิต ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
2. จงอธิบาย life Insurance Penetration ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
3. จงอธิบาย life Insurance density ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
4. ให้อธิบายสถานการณ์ธุรกิจประกันวินาศภัย ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
5. จงอธิบายการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตใหม่ๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
6. จงอธิบายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
7. จงอธิบายการพัฒนาและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
8. จงอธิบายการสนับสนุนจากภาครัฐ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
9. จงอธิบายอัตราดอกเบี้ยในตลาดลดลง ว่าเป็นอย่างไรบ้าง
10. จงอธิบายสิ่งท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมประกันชีวิตมีปัจจัย ว่าเป็นอย่างไรบ้าง



- จารุพร ไวยนันท์. (2552). **การบริหารความเสี่ยงและการประกันภัย**. กรุงเทพฯ: มีสเตอร์ทือปี่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2560). **รายงานการประเมินเสถียรภาพระบบการเงินไทย**.ค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2560.
จาก <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/Pages/Financial-Stability-Report.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย.**ธุรกิจประกันภัย อดีตปัจจุบันอนาคต**.
ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2560. จาก <http://www.oic.or.th/th/consumer/87697>

THANK
YOU!

