

ความต้องการและการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพ

The Requirement and Operation in Health Insurance Business

เพ็ญลักษณ์ สุทัศน์วรุตติ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) การดำเนินงานของธุรกิจ และ 3) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 200 ตัวอย่าง และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการในการซื้อประกันสุขภาพ จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการและดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพ กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านผู้บริโภค ปัจจัยส่วนสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และ 4.51 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.49, 4.22, 4.21, 4.01 และ 3.76 ตามลำดับ

ในด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยส่วนสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 7 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.97 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.95 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 4.93 ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.92

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน , ธุรกิจประกันสุขภาพ

Abstract

The research purpose are to study 1) demand of the market, 2) business operation and 3) strategic management by collecting data from target customers 200 customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations.

Result show that 1) There was a market demand for health insurance. from the study of needs and operations in the health insurance business A case study in Bangkok found that in terms of consumers Marketing Mix Factor (7P) The effect on health insurance business operations was at the highest level in 2 aspects and at a high level in 5 aspects. At the highest level, with an average of 4.76 and 4.51, respectively. As for the marketing mix factor (7P) affecting the operation of the health insurance business at a high level.5 aspects were arranged in descending order of average. It is the process factor personal factors Distribution Channel Factors Marketing Promotion Factors and physical factors were 4.49, 4.22, 4.21, 4.01 and 3.76 respectively.

In entrepreneurship The marketing mix factor (7P) had the greatest effect on the health insurance business operation in all 7 aspects, in order of averages as follows: Personal Factor Average 4.97 Product Factor Distribution Channel Factors and physical factor, mean 4.95, marketing promotion factor, and process factor, mean 4.93, price factor, mean 4.92

Keyword : Demand and Operation , Health Insurance Business

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชน รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ก้าวหน้ามากขึ้น โดยพบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของรัฐมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2545 เป็นประมาณร้อยละ 13 หรือประมาณ 4 แสนล้านบาทต่อปี เฉลี่ยคนละ 6,286.00 บาท ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา หากประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในอัตราส่วน 1 ต่อ 0.8 ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้า จะอยู่ที่ประมาณ 4.8 แสนล้านบาท และหากประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย ค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจเพิ่มขึ้นไปถึง 1.4 ล้านล้านบาท แต่หากรายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเท่ากับค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ คือ 1 ต่อ 1 ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของไทยจะมีค่าประมาณ 6.3 แสนล้านบาท โดยจะเพิ่มสูงถึง 1.8 ล้านล้านบาท (ภาพที่ 1) เมื่อไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย (ดร. ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร, 2561)

การทำประกันสุขภาพจะมีข้อดี คือ ช่วยแบ่งเบาภาระยามที่เราเจ็บป่วยได้ แต่ก็มีคนจำนวนมากที่ตัดสินใจไม่ทำประกันสุขภาพ เนื่องจากมุมมองต่อบริษัทประกันที่มีในภาพลบ ว่าบริษัทประกันเป็นการหลอกลวง เรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไม่ได้จริงตามอย่างที่โฆษณา หรือมุมมองต่อพฤติกรรมของตัวแทน/นายหน้าที่จะมีการฉ้อฉล หรือวัยรุ่นน่าจะมองว่า ยังไม่ถึงวัยที่ต้องทำประกันสุขภาพ เนื่องจากตนเองยังแข็งแรงดีอยู่

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจประกันสุขภาพในประเทศไทย เพื่อที่จะได้ทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ เพื่อที่บริษัทประกันจะได้นำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ๒ ส่วน คือ ด้านผู้บริโภค และด้านผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุประสงค์ด้านผู้บริโภค

- 1.1 เพื่อศึกษาระดับความต้องการในการทำประกันสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. วัตถุประสงค์ด้านผู้ประกอบการ

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานในธุรกิจนายหน้าประกันสุขภาพ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีความต้องการซื้อประกันสุขภาพ
2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก (ระดับ 4)

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย ออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้บริโภค และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านผู้บริโภค ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ รายจ่าย ระดับการศึกษา จำนวนบุตร โรคประจำตัว
2. ความต้องการซื้อประกันสุขภาพ ได้แก่ ความต้องการทำประกันสุขภาพ แผนประกันที่ต้องการ ช่องทางที่ต้องการซื้อประกันสุขภาพ ความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกัน ช่วงเวลาที่ต้องการซื้อประกันสุขภาพ
3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านกายภาพ

ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. ลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการทำธุรกิจ คู่แข่งทางธุรกิจ และปัญหาที่พบในการทำธุรกิจ
2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษา เป็นประชากรที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,527,948 คน (ข้อมูลเดือนธันวาคม 2564)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2565

การทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และทัศนคติหลังการซื้อ-การใช้ (นิตยาพร เสมอใจ, 2550: 46)

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา (Description Research) เป็นการศึกษาเพื่อบรรยายปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภค กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อการวิจัยดำเนินไปอย่างเป็นขั้นตอน ผู้วิจัยจึงออกแบบระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ทำการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2565 จำนวน 5,527,994 คน (ราชกิจจานุเบกษา เผยแพร่ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ลงนาม โดย ชนาคม จงจิระ ผู้อำนวยการทะเบียนกลาง ณ วันที่ 7 มกราคม 2565)

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% (.95) หรือมีความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น 7% (.07) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี ดังนั้น จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 196 ราย เพื่อให้สะดวกในการวิเคราะห์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในรูปแบบของแบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพ

2.2 กำหนดเนื้อหาคำถามในแบบสอบถาม และนิยามตัวแปรที่ต้องการวัด เพื่อให้ครอบคลุมในเรื่องที่วิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพ จำนวนบุตร และโรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการในการทำประกันสุขภาพ เช่น บริษัทประกัน บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกัน ช่องทางการซื้อ จำนวนเบี้ยประกันที่ชำระ ความสามารถในการชำระค่าเบี้ยประกันสูงสุด และแผนประกันที่เลือก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านกายภาพ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงการดำเนินงานในธุรกิจนายหน้าประกันสุขภาพ โดยสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจนายหน้า รวมถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

3. วิธีการที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

3.1 การหาค่าความตรงของเนื้อหา (Content validity)

ในการหาค่าความตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานสินไหมทดแทน บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสินไหมทดแทน บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
3. ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรับประกันภัยสุขภาพและอุบัติเหตุ บริษัท ชัยบ่มสามัคคี ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
4. ผู้จัดการฝ่ายสินไหมทดแทน บริษัท ชัยบ่มสามัคคี ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
5. ผู้เชี่ยวชาญการพิจารณาสินไหมทดแทนสุขภาพ บริษัท เอไอเอ จำกัด

โดยวิเคราะห์จากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ของ Rovinelli และ Hambleton (1977) พร้อมทั้งลงความเห็นรายข้อคำถาม โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า แต่ละข้อคำถาม มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.8 - 1 ซึ่งบ่งบอกถึงข้อคำถามสอดคล้องกับคำจำกัดความของตัวแปรที่ศึกษา

3.2 การตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability)

เมื่อแบบสอบถามผ่านการพิจารณาและปรับแก้ไขโดยผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนั้น ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป อังโน (เชาวรัตน์ ศรีวิสุธา ,2558) โดยได้ผลค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมากกว่า 0.7 แม้จะมีบางข้อที่น้อยกว่า 0.7 แต่มิได้มีการตัดข้อคำถามออกเนื่องจากเห็นว่า เป็นข้อคำถามที่สำคัญและเห็นควรที่จะต้องนำไปใช้

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินการ ดังนี้

- 4.1 ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม – เดือนสิงหาคม 2565
- 4.2 หลังจากได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อย และนำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อสรุปผลการวิจัยต่อไป

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Science Statistical) ช่วยในการวิเคราะห์และแปลผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการบรรยายคุณลักษณะทั่วไปของข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยสถิติดังต่อไปนี้

5.2 ค่าร้อยละ เป็นการอธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพ จำนวนบุตร และโรคประจำตัว

5.3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation) เป็นการอธิบายถึงปัจจัย 7P ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ประชากรที่ใช้ทำการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2565 จำนวน 5,527,994 คน (ราชกิจจานุเบกษา เผยแพร่ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ลงนามโดย ธานีมา จงจิระ ผู้อำนวยการทะเบียนกลาง ณ วันที่ 7 มกราคม 2565) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% (.95) หรือมีความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น 7% (.07) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี ดังนั้น จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 196 ราย เพื่อให้สะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงขยายขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 200 ราย และในการวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาพฤติกรรมการดำเนินงานของผู้ประกอบการนายหน้าธุรกิจประกันสุขภาพพร้อมด้วย 20 ราย โดยกลุ่มตัวอย่างด้านผู้บริโภคมียุทธศาสตร์นี้ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-60,000 บาท รายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ไม่มีบุตร ไม่มีโรคประจำตัว มีความต้องการซื้อประกันสุขภาพ โดยเลือกเป็นแผนเหมาจ่ายต่อปี โดยซื้อประกันสุขภาพตรงกับบริษัท มีความสามารถในการจ่าย

ค่าเบี้ยประกันสูงสุดอยู่ระหว่าง 5,000 - 20,000 บาท และต้องการซื้อประกันสุขภาพภายใน 3 เดือนนับจากวันที่ทำแบบสอบถาม

จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการและดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพ กรณีศึกษาจังหวัด กรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านผู้บริโภค ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และ 4.51 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.49, 4.22, 4.21, 4.01 และ 3.76 ตามลำดับ

ในด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 7 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.97 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.95 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 4.93 ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.92

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ นำผลการวิจัยไปใช้

ในด้านของผู้บริโภค

1. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เช่น รูปแบบของแผนประกัน เพื่อจูงใจผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงอธิบายลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นและตัดสินใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น
2. ด้านราคา บริษัทประกันควรกำหนดราคาให้สอดคล้องกับรายได้และรายจ่าย รวมถึงความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันของลูกค้า รวมถึงอาจให้ลูกค้าสามารถแบ่งจ่ายชำระค่าเบี้ยประกันเป็นรายงวด โดยไม่กีดดอกเบี้ยได้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทควรสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ และขยายช่องทางจำหน่ายให้มากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางตัวแทนและนายหน้า ทั้งนี้ ตัวแทนและนายหน้าต้องมีความรู้ความชำนาญ เพื่อที่จะได้ให้ข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสามารถจูงใจลูกค้าได้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทควรมีโปรโมชันในการส่งเสริมการตลาด เช่น การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันกรณีประวัติเคลมดี เพื่อจูงใจให้ลูกค้าทำประกันสุขภาพต่อเนื่องกับบริษัททุกปี

5. ด้านบุคคล บริษัทควรมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อลูกค้ามีปัญหา ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการดูแลและการบริการให้กับลูกค้า

6. ด้านกระบวนการ บริษัทควรบริหารงานในส่วนการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนให้สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนไม่ซับซ้อน เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและซื้อประกันกับบริษัทเพิ่มขึ้น และเกิดการส่งต่อข้อมูลไปยังลูกค้าท่านอื่น ๆ ซึ่งส่งผลให้บริษัทได้รายได้เพิ่มขึ้น

7. ด้านกายภาพ บริษัทควรดูแลสำนักงาน/สาขาให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท

ในด้านผู้ประกอบการ

1. คู่แข่งทางธุรกิจ ในมุมมองของผู้ประกอบการนั้น มองว่า ตัวแทนประกัน คือคู่แข่งที่สำคัญในธุรกิจ กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการดำเนินงาน คือ กลยุทธ์แรงจูงใจ

2. ปัญหาที่พบในการดำเนินธุรกิจ คือ บริษัทประกันดำเนินการพิจารณาค่าสินไหมทดแทนล่าช้า ดังนั้น จากข้อมูลนี้ บริษัทควรนำข้อมูลไปพิจารณาและทบทวนขั้นตอนการดำเนินงานในด้านการพิจารณาค่าสินไหมทดแทนให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เป็นการศึกษาในภาพกว้างของความต้องการและดำเนินงานในธุรกิจประกันสุขภาพ หากจะทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในความต้องการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

2. การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการทำวิจัยครั้งถัดไป ควรศึกษาประชากรในพื้นที่อื่นเพิ่มเติม เช่น ศึกษาในกลุ่มเมืองหลวงของภาคต่างๆ หรือศึกษาตามภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากขึ้น

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2564). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์

กมลภัทร นิยมณา. (2554). ปัจจัยในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.

กรรณิการ์ ทวีมหาคุณ. (2561). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจทำประกันสุขภาพแบบสมัครใจของผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะสังคมศาสตร์.

ชุตินญา จิรกฤตยากุล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกันสุขภาพของบริษัท เอไอเอ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ.

ศิริขวัญ วาวแวว และนภาพรรณ เนตรประดิษฐ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของประชาชนในเขตจังหวัดลำปาง. (งานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา). มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, คณะบริหารธุรกิจ.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร. (2561). ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของคนไทยในอนาคต. ค้นเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2565, จากแหล่งข้อมูล <https://www.bltbangkok.com/lifestyle/work-wellness>

นิภาพันท์ พูนเสถียรทรัพย์. (2560). ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล รายจ่ายแฝงอุปสรรคความสำเร็จทางการเงิน. ค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2565, จากแหล่งข้อมูล <https://www.scb.co.th/line/tip/health-plan.html>

AIA planner. (2565). อัตราค่ารักษาพยาบาล โรงพยาบาลเอกชน 2565. ค้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2565, จากแหล่งข้อมูล <https://www.aiaplanner.com/admit-cost/>

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2561). ประกันภัยสุขภาพกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ. ค้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2565 จากแหล่งข้อมูล <https://www.oic.or.th/sites/default/files/institute/course/89369/public/>