

STRATEGIC OPPORTUNITIES AND DISTRIBUTION CHANNELS OF LIFE INSURANCE VIENTIANE CAPITAL LAOS PDR

Rapassa Sitthirach^{1*}, Suchonee methiyothin¹, Sompote Valyasevi¹, Nont Sahaya¹

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The present study was a qualitative study which aimed to examine matters of law for life insurance business and distribution channels of life insurance business in Laos People's Democratic Republic. The data was from two groups of participants, i.e. participants who had done life insurance business and those who took parts in the life insurance business in Lao People's Democratic Republic. Data was collected through interviews. Then content analysis was utilized to analyze the data. The findings revealed that: 1) In order to be an insurance agent in Laos People's Democratic Republic, one must apply with insurance companies in Laos PDR. To offer the insurance to people, an insurance agent could contact with buyers directly; meanwhile, he had to contact with company's owners or officers who were in charge of welfare. 2) Before selling the life insurance to Laotians, it should be sold to Thai people in Nong Khai Province or Udonthani Province. These Thai people will introduce the product by word of mouth. 3) The appropriate and most accepted distribution channel of life insurance business was the agent. Since Laotians were generous, sincere, friendly, agent channel matched with this need. 4) Opportunities and obstacles in doing life insurance business in Laos People's Democratic Republic were found. Findings on opportunities were building perception on life insurance through propaganda, support from government, and the ASEAN Economic Community (AEC). Furthermore, the obstacles were perception and value of life insurance, people's income, lack of advertising and lack of support from government. 5) Limitations that foreign investors of life insurance business should consider was matters of law of life insurance included in the insurance law (revised edition 2011) and the investment law. 6) Process of running life insurance business in Laos People's Democratic Republic included (1) ask for permission on investment from Ministry of Planning and Investment, (2) request license of insurance business investment at Ministry of Finance, (3) request the business registration at Ministry of Commerce, and (4) register to pay revenue at Ministry of Finance. 7) The matters of law on proportion of co-investment in life insurance business of Laos PRD had no effect on decision of foreign investors since the proportion depended on agreement between joint investors.

Keywords: Life Insurance Business, foreign Investors, distribution Channels, Law of Life Insurance, Lao People's Democratic Republic (Vientiane)

*Corresponding author: E-mail address: rapassa.s@hotmail.com

กลยุทธ์การสร้างโอกาสและช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจประกันชีวิต ใน สปป. ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์)

รภัศลา สิทธิราช¹, สุชนิ เมธิโยธิน¹, สมโภชน์ วัลยะเสวี¹, นนท สหยา¹

¹วิทยาลัยพณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกิจประกันชีวิต ใน สปป. ลาว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่เคยทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว และ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Content analysis ผลการวิจัยพบว่า 1) ในการติดต่อบุคลากรหรือหน่วยงานเมื่อต้องการขายประกันชีวิตใน สปป. ลาว พบว่า สมัครเป็นตัวแทนติดต่อบริษัทประกันใน สปป. ลาว ถ้าขายประกันให้บุคคลทั่วไปติดต่อผู้ซื้อโดยตรง ขายประกัน กลุ่มติดต่อเจ้าของบริษัทหรือผู้ที่ดูแลสวัสดิการ 2) วิธีการขายประกันชีวิตให้คน สปป. ลาว เริ่มจากการขายให้คนรู้จัก ในจังหวัดหนองคาย หรืออุดรธานี เพื่อบุคคลดังกล่าวแนะนำและบอกต่อ 3) ช่องทางจำหน่ายประกันชีวิตที่ ผู้บริโภค ให้การยอมรับ คือ ตัวแทน ด้วยอุปนิสัยของคน สปป. ลาว ชอบการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้ความเชื่อใจ ให้ความเป็นกันเอง ช่องทางตัวแทนจึงตอบสนองความต้องการได้มากกว่าช่องทางอื่น 4) อุปสรรคและโอกาสการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว อุปสรรค : ความเข้าใจ การรับรู้ การประกันชีวิตของประชาชน รายได้ของประชากร การสนับสนุนจากภาครัฐ โอกาส : ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประกันชีวิตให้ประชาชนรับรู้ การสนับสนุนจากภาครัฐ การเปิดเขตการค้าเสรี 5) ข้อกฎหมายที่นักลงทุนต่างประเทศควรศึกษา เมื่อทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว คือ ข้อกฎหมายการประกันชีวิต อยู่ในบทกฎหมายว่าด้วยการประกันภัยฉบับปรับปรุงปี พ.ศ. 2554 และบทกฎหมายว่าด้วยการลงทุน 6) การดำเนินการลงทุนธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาวให้ติดต่อกระทรวงแผนการและการลงทุน กระทรวงการเงิน และกระทรวงการค้า 7) อัตราส่วนการร่วมทุนธุรกิจประกันชีวิตของ สปป. ลาว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนต่างประเทศเพราะจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงของผู้ร่วมทุนทั้ง 2 ฝ่าย

คำสำคัญ: ธุรกิจประกันชีวิต, นักลงทุนต่างประเทศ, ช่องทางการจัดจำหน่าย, กฎหมายธุรกิจประกันชีวิต, สปป. ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์)

บทนำ/ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ชีวิตประจำวันของคนเราในสังคมปัจจุบันต้องเผชิญกับภัยอันตรายและความเสี่ยงภัยอยู่ตลอดเวลา ทั้งเป็นภัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ อย่างเช่น ภัยที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ นอกจากนั้น ยังรวมถึงภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งบางครั้งก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงจากภัยดังกล่าวได้ ทุกวันนี้เราต้องเผชิญกับความเสี่ยงมากมายรอบด้าน โดยเฉพาะความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ ซึ่ง

เป็นเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดกับตนเองเมื่อใด และยิ่งรวมไปถึงความเสี่ยงจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ถ้าหากขาดการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ (ชัยวัฒน์ โฆษกพรทิพย์, 2551)

จากเหตุผลดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตเกิดกลยุทธ์และแนวคิดที่จะช่วยบรรเทาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นแก่ประชาชน โดยการจำหน่ายประกันชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการหรือความจำเป็นและ

ความสามารถของผู้เอ่ประกัน ปัจจุบันช่องทางกำหนำยธุรกิจประกันชีวิตที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อก็มีหลากหลายช่องทางได้แก่ ช่องทางตัวแทนประกันชีวิต (Agent) ช่องทางการขายผ่านธนาคาร (Banc assurance) ช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ (Telephone marketing) เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. 2554)

ปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มการแข่งขันภายใน ประเทศสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตเกิดกลยุทธ์ขยายธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านอย่าง สปป. ลาว โดยเฉพาะในนครหลวงเวียงจันทน์ ด้วยภูมิศาสตร์มีพื้นที่ติดกับไทยสะดวกในการเข้าไปขยายธุรกิจ อีกทั้งวัฒนธรรมประเพณีคล้ายคลึงกัน ทำให้เข้าใจถึงความต้องการและวิถีเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ปัจจุบันสังคมและสิ่งแวดล้อมในนครหลวงเวียงจันทน์ มีความเสี่ยงต่อการดำรงชีวิตของประชาชนมากขึ้น เช่น ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุด้วยปริมาณรถยนต์ในนครหลวงเวียงจันทน์เพิ่มมากขึ้น ความต้องการพัฒนาและพร้อมรับรูสิ่งใหม่ๆ ต้องการดูแลตัวเองมากขึ้น อีกทั้งได้รับอิทธิพลค่านิยมการทำประกันชีวิตจากคนไทยในจังหวัดติดเขตชายแดน ที่ตระหนักถึงประโยชน์ของการทำประกันชีวิต ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจประกันชีวิตที่จะขยายธุรกิจไปยัง สปป. ลาว

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์การสร้างโอกาสและช่องทางการจัดกำหนำยธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์) ข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจประกันชีวิตที่มีแนวคิดขยายธุรกิจไปต่างประเทศ เพราะจะได้กลยุทธ์และแนวทางในการจัดกำหนำยธุรกิจประกันชีวิต โดยเฉพาะที่ สปป. ลาว ได้เรียนรู้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว เพื่อจะได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด

ให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพมากที่สุด และนำมาซึ่งการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจประกันชีวิตต่อไป

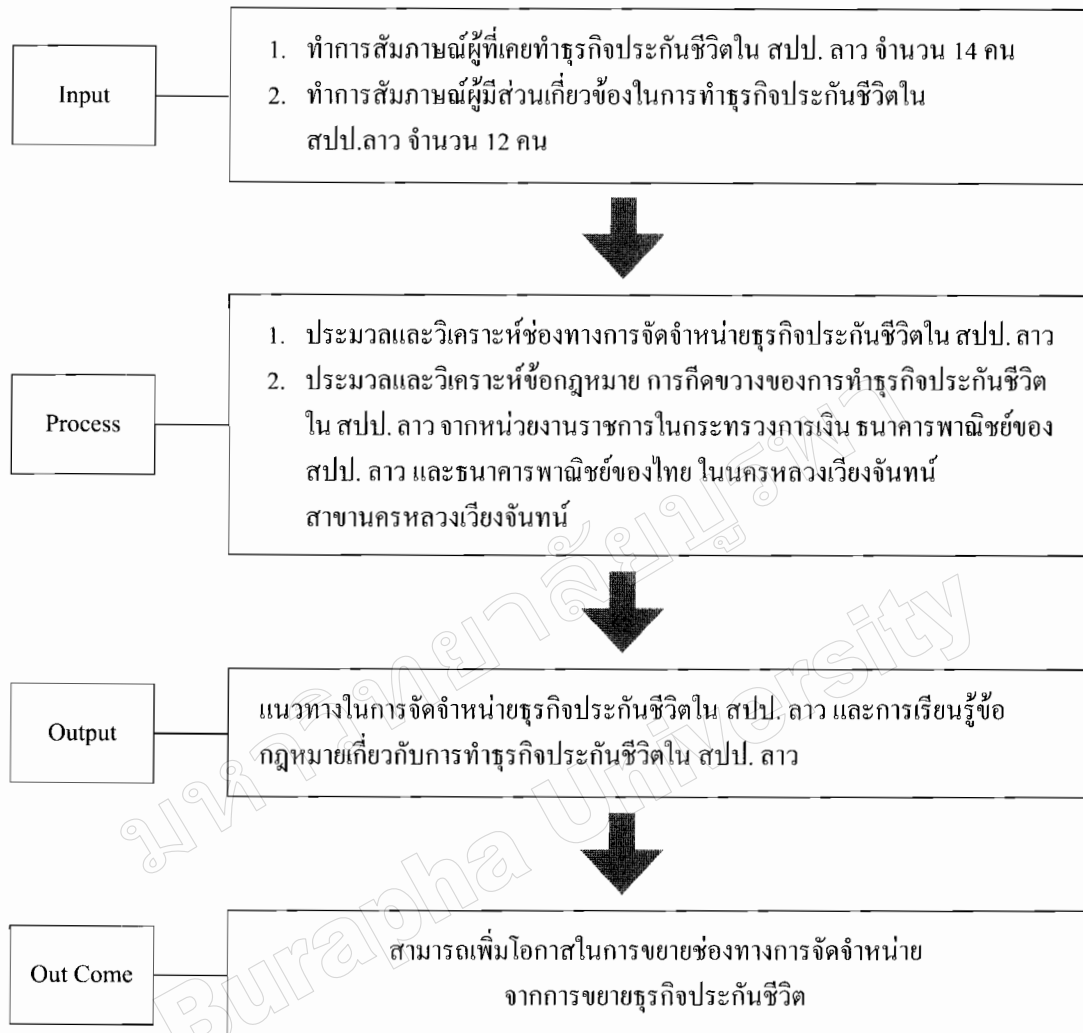
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดกำหนำยธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
2. เพื่อศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์เกี่ยวกับการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
3. เพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคในการจัดกำหนำยธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์การสร้างโอกาสและช่องทางการจัดกำหนำยธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์)
2. ขอบเขตด้านประชากร: ตัวแทนประกันชีวิตใน สปป. ลาว เขตนครหลวงเวียงจันทน์ จากบริษัท อลิอันซ์ ประกันภัย ลาว จำกัด ตัวแทนประกันชีวิตประเทศไทยในจังหวัดหนองคาย และอุดรธานี ที่เคยขายประกันชีวิตให้กับคน สปป. ลาว จากบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวรันส์ จำกัด, บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด, บริษัท อูรชยาออลิอันซ์ จำกัด และบุคลากรกระทรวงการคลัง, ผู้บริหารธนาคารการค้าต่างประเทศลาว นครหลวงเวียงจันทน์, ผู้บริหารธนาคารพวงสะหวັນนครหลวงเวียงจันทน์, ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ของไทย สาขานครหลวงเวียงจันทน์, ผู้บริหารธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขานครหลวงเวียงจันทน์, ผู้บริหารบริษัท อลิอันซ์ ประกันภัยลาว จำกัด และผู้บริหารบริษัท พี.ซี.ที. เอเชีย ประกันภัย จำกัด รวมทั้งสิ้นจำนวน 26 คน
3. ขอบเขตระยะเวลาทำการวิจัย : ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 และทำการเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2555

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
2. ทำให้ทราบถึงข้อกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
3. ทำให้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการจัดจำหน่ายธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
4. เพื่อเป็นแนวทางและเพิ่มเทคนิคการขายประกันชีวิตให้กับคน สปป. ลาว สำหรับตัวแทนประกันชีวิตของประเทศไทย ที่อยู่ในจังหวัดหนองคาย อุดรธานี มุกดาหาร หรือจังหวัดที่อยู่ติดกับเขตชายแดน

5. เพื่อเป็นกลยุทธ์และแนวทางสำหรับนักธุรกิจที่ต้องการลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับการประกันชีวิต หรือการประกันภัยใน สปป. ลาว เนื่องจากได้ทราบถึงข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับข้อกฎหมาย ประกันชีวิต รูปแบบกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงวิธีการ ขั้นตอนในการเข้าไปติดต่อขอดำเนินการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

6. ทำให้ทราบถึง สถานะการแข่งขัน แนวโน้มการเติบโต ในธุรกิจประกันชีวิตของ สปป. ลาว และแนวโน้มการได้รับสนับสนุนจากภาครัฐของ สปป. ลาว สำหรับธุรกิจประกันชีวิต เพื่อเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการประกอบ

การตัดสินใจของนักธุรกิจที่ต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจ
ประกันชีวิตใน สปป. ลาว ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างโอกาสและ
ช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
(นครหลวงเวียงจันทน์)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative research) เป็นการนำเอาบทสรุปจากการ
สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มาใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูลวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย รวมทั้งสิ้น
จำนวน 26 คน ประกอบด้วย

1. ผู้ที่เคยทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
จำนวน 14 คน ดังนี้

1.1 ตัวแทนประกันชีวิตจาก สปป. ลาว
บริษัท อลิอันซ์ ประกันภัยลาว จำกัด จำนวน 3 คน

1.2 ตัวแทนประกันชีวิตจากประเทศไทย
ในจังหวัดหนองคายและอุดรธานี บริษัท อเมริกันอินเตอร์
แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด จำนวน 6 คน บริษัท
ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 คน บริษัทอยุธยา
อลิอันซ์ จำกัด จำนวน 1 คน และบริษัทกรุงเทพ
ประกันชีวิต จำกัด จำนวน 1 คน

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจำหน่ายธุรกิจประกันที่
สปป. ลาว จำนวน 12 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น
จำนวน 26 คน ประกอบด้วย

2.1 หัวหน้าห้องการเงินในกระทรวงการเงิน
จำนวน 2 คน

2.2 ผู้บริหารบริษัท อลิอันซ์ ประกันภัย ลาว
จำกัด จำนวน 1 คน

2.3 ผู้บริหาร บริษัท พี.ซี.ที ประกันภัย จำกัด

จำนวน 1 คน

2.4 ผู้บริหารธนาคารการค้าต่างประเทศลาว
นครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 3 คน

2.5 ผู้บริหารธนาคารพวงสะหวันนครหลวง
เวียงจันทน์ จำนวน 3 คน

2.6 ผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา
นครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 1 คน

2.7 ผู้บริหารธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขานครหลวง
เวียงจันทน์ จำนวน 1 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือขอความร่วมมือในการ
เข้าถึงข้อมูลใน สปป. ลาว จากวิทยาลัยพณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา และดำเนินจัดส่งหนังสือขอความ
ร่วมมือไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ
เวียงจันทน์ ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อให้เจ้าหน้าที่
ทำการแปลหนังสือขอความร่วมมือจากภาษาไทยเป็น
ภาษาลาว ดำเนินการจัดส่ง และประสานงานไปยัง
หน่วยงานที่ผู้วิจัยต้องการเข้าไปเก็บข้อมูลใน สปป. ลาว
ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะแจ้งหมายกำหนดการเข้าเก็บข้อมูลให้
ผู้วิจัยรับทราบทางอีเมล (E-mail) ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลตาม
กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล (คำตอบจากการสัมภาษณ์)
ทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลในภาพรวมทุก ๆ ด้าน
ของการทำประกันชีวิตใน สปป. ลาว ทำการสรุปคำตอบ
ตามประเด็นคำถามในการวิจัย นำคำตอบจากกลุ่มตัวอย่าง
มาวิเคราะห์โดยวิธี Content Analysis เพื่อตอบวัตถุประสงค์
ของการทำวิจัย โดยสรุปคำตอบของประชากรกลุ่มตัวอย่าง
26 คน จากคำถามคิดเป็นร้อยละได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ที่เคยทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว
จำนวน 14 คน

คำถามข้อ 1 ช่องทางการจำหน่ายประกันชีวิต
ที่เหมาะสมและผู้บริโภคใน สปป. ลาว ให้การยอมรับ
ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ “ช่องทางตัวแทน”
คิดเป็นร้อยละ 92.85

คำถามข้อ 2 ขั้นตอนการติดต่อบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเข้าไปจำหน่ายประกันชีวิตในสปป.ลาว ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ ติดต่อดังตรงกับผู้บริโภคใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 100

คำถามข้อ 3 วิธีการขายประกันชีวิตให้กับผู้บริโภคใน สปป.ลาว ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ เริ่มจากจำหน่ายให้กับคนที่ตัวแทนรู้จักญาติ เพื่อน หรือแจกนามบัตร คิดเป็นร้อยละ 100

คำถามข้อ 4 อุปสรรคและโอกาสในการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว

อุปสรรค ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ

1. ประชาชนใน สปป.ลาว ขาดความเข้าใจการรับรู้การทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 92.85

2. รายได้ของประชาชนใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 85.71

3. ค่านิยมการทำประกันชีวิตของประชาชนใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 28.57

4. ภาพลักษณ์ของตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 28.57

โอกาส ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ

1. เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตให้กับประชาชนใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 92.85

2. การสนับสนุนการทำประกันชีวิตของภาครัฐบาลของ สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 57.14

3. การเปิดเขตการค้าเสรี (AEC) คิดเป็นร้อยละ 57.14

4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 50

5. การแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว ยังไม่สูง คิดเป็นร้อยละ 21.42

2. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจำหน่ายธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว 12 คน

คำถามข้อ 1 ช่องทางการจำหน่ายประกันชีวิตที่เหมาะสมและผู้บริโภคใน สปป.ลาว ให้การยอมรับ : ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ “ช่องทางตัวแทน” คิดเป็นร้อยละ 91.66

คำถามข้อ 2 ข้อกฎหมายหรือข้อจำกัดใดที่นักลงทุนต่างประเทศควรศึกษา ควรตระหนักเมื่อต้องการเข้ามาทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว : ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ ควรศึกษายาทกฎหมายว่าด้วยการลงทุน และบทกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ซึ่งรวมอยู่ในบทกฎหมายว่าด้วยการประกันภัยฉบับปรับปรุงล่าสุดวันที่ 26 ธันวาคม 2554 ของ สปป.ลาว ให้เข้าใจและชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 100

คำถามข้อ 3 ข้อกฎหมายอัตราส่วนการร่วมทุนในธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนต่างประเทศ : ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน เพราะจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงของผู้ร่วมทุนทั้ง 2 ฝ่ายคิดเป็นร้อยละ 100

คำถามข้อ 4 ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินการลงทุนธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว : ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 100 ตอบ

1. ดำเนินการยื่นขอใบอนุญาตการลงทุนที่กระทรวงแผนการและการลงทุน

2. ดำเนินการยื่นขอใบอนุญาตลงทุนธุรกิจด้านประกันชีวิตที่กระทรวงการเงิน

3. ดำเนินการขอจดทะเบียนการค้าที่กระทรวงการค้า

4. ดำเนินการขอจดทะเบียนอากรที่กระทรวงการเงิน

คำถามข้อ 5 อุปสรรคและโอกาสในการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป.ลาว

อุปสรรค ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ

1. ประชาชนใน สปป.ลาว ขาดความเข้าใจ การรับรู้การทำประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 75

2. รายได้ของประชาชนใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 58.33

3. ค่านิยมการทำประกันชีวิตของประชาชนใน สปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 50

4. ความมั่นคงทางการเงินและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา คิดเป็นร้อยละ 25

โอกาส ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบ

1. เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำประกันชีวิตให้กับประชาชนใน สปป.ลาว

คิดเป็นร้อยละ 66.66

2. การเปิดเขตการค้าเสรี(AEC)คิดเป็นร้อยละ41.66
3. การสนับสนุนการทำประกันชีวิตของภาคีรัฐบาลของ สปป. ลาว คิดเป็นร้อยละ 33.33
4. การแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว ยังไม่สูง คิดเป็นร้อยละ 25

สรุปผลการวิจัย

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายประกันชีวิตที่เหมาะสมและผู้บริโภคใน สปป. ลาว ให้การยอมรับ คือ “ช่องทางตัวแทน” เพราะตัวแทนให้บริการหลังการขายด้วยความจริงใจ เสมอต้นเสมอปลายเป็นกันเอง สามารถให้คำปรึกษาหรือขอแนะนำเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตได้ ด้วยอุปนิสัยของคน สปป. ลาว เป็นคนอ่อนน้อม เกรงใจ มีความจริงใจ ให้ความเชื่อถือ เมื่อได้รับการดูแลจากตัวแทน ทำให้เกิดความประทับใจ และยอมรับในตัวแทน จึงแนะนำและบอกต่อกันแบบปากต่อปากทำให้ตัวแทนมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องหาลูกค้าด้วยตัวเอง

2. การติดต่อบุคลากรหรือหน่วยงานเกี่ยวข้องในการขายประกันใน สปป. ลาว ดังนี้

2.1 กรณีต้องการสมัครเป็นตัวแทนให้ติดต่อบริษัทประกันภัย ปัจจุบันใน สปป. ลาว มี 1 บริษัท คือ บริษัท อลิอันซ์ประกันภัยลาว จำกัด ที่ให้บริการประกันสุขภาพให้กับประชาชนใน สปป. ลาว

2.2 กรณีขายประกันชีวิตให้ประชาชนทั่วไปใน สปป. ลาว ให้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง อาจจะเป็นที่บ้านของลูกค้าใน สปป. ลาว หรือในฝั่งไทยตามสถานที่นัดหมาย

2.3 กรณีขายประกันชีวิตให้กับองค์กร ห้างร้าน บริษัท ให้ติดต่อผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่ดูแลสวัสดิการของพนักงาน เพื่อขอคำแนะนำเสนอแบบ

3. วิธีการขายประกันชีวิตให้กับผู้บริโภคใน สปป. ลาว สรุปได้ดังนี้

3.1 กรณีขายประกันชีวิตให้กับบุคคลธรรมดาทั่วไป เริ่มจากการขายให้กับคนที่ตัวแทนรู้จักในจังหวัดหนองคาย อุดรธานี หรือจังหวัดติดชายแดน บุคคลดังกล่าวจะแนะนำผู้ซื้อประกันชีวิตใน สปป. ลาวให้ตัวแทนรู้จัก นัดหมายนำเสนอแบบประกันชีวิต สามารถนัดหมาย

ได้ทั้งใน สปป. ลาวและในจังหวัดหนองคาย อุดรธานี เมื่อตกลงซื้อประกัน ถ้าเป็นบริษัทประกันที่มีสำนักงานสาขาใน สปป. ลาว ให้ตัวแทนพาผู้ซื้อไปทำสัญญาที่สำนักงานขายสาขานครหลวงเวียงจันทน์ แต่ถ้าเป็นบริษัทประกันที่ไม่มีสำนักงานสาขาใน สปป. ลาว ให้ตัวแทนพาผู้ซื้อไปทำสัญญาที่สำนักงานขาย สาขาจังหวัดหนองคาย หรืออุดรธานี ตัวแทนติดตามกรมธรรม์ลูกค้าพร้อมนำส่งให้ลูกค้า อธิบายเงื่อนไข และผลประโยชน์ในกรมธรรม์ให้ลูกค้าเข้าใจอย่างชัดเจน ป้องกันเกิดปัญหาภายหลัง ตัวแทนสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นตัวแทนที่ดี มีจรรยาบรรณ บริการหลังการขายด้วยความจริงใจ เสมอต้นเสมอปลาย ซื่อสัตย์ เพื่อเป็นจุดขายให้กับตัวแทนต่อไป

3.2. กรณีขายประกันชีวิตให้กับนิติบุคคล (บริษัท ห้างร้าน องค์กรต่าง ๆ) เริ่มจากการขายประกันชีวิตให้กับผู้บริหาร เจ้าของกิจการร้านค้าในจังหวัดติดเขตชายแดน โดยเฉพาะจังหวัดหนองคาย และอุดรธานี บุคคลดังกล่าวจะแนะนำ บริษัท ห้างร้าน องค์กรที่อยู่ใน สปป. ลาว ให้รู้จักหรือค้นหาบริษัท องค์กร ห้างร้านต่างๆ ใน สปป. ลาว ด้วยตัวเอง ให้ติดต่อผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ดูแลสวัสดิการเพื่อนัดหมายเสนอแบบประกัน เมื่อลูกค้าตกลงซื้อประกันให้ตัวแทน ดำเนินการทำสัญญากับลูกค้าอาจจะเป็นสถานที่ทำงานลูกค้า หรือสำนักงานบริษัทประกันสาขานครหลวงเวียงจันทน์ ติดตามกรมธรรม์ลูกค้าพร้อมนำส่งให้ลูกค้า อธิบายเงื่อนไข และผลประโยชน์ในกรมธรรม์ ให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคนในบริษัทได้รับทราบพร้อมๆ กัน สร้างภาพลักษณ์หรือจุดขายในการเป็นตัวแทนที่ดี มีจรรยาบรรณ บริการหลังการขายด้วยความจริงใจ เสมอต้นเสมอปลาย ซื่อสัตย์ เป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าด้วยความจริงใจ

4. ข้อกำหนดหรือข้อจำกัดที่นักลงทุนต่างประเทศควรศึกษาและตระหนักในการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว สรุปได้ดังนี้

4.1 ควรศึกษาข้อกำหนดการประกันชีวิตซึ่งอยู่ในบทกฎหมายว่าด้วยการประกันภัย ฉบับปรับปรุงปี พ.ศ. 2554 ในหัวข้อรูปแบบประกัน กฎระเบียบ ขอบเขตประเภท เงื่อนไข ข้อห้ามต่าง ๆ รวมถึงบทลงโทษสำหรับธุรกิจประกันชีวิต

4.2 ควรศึกษาบทกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริม

การลงทุนปี พ.ศ. 2552 ในหัวข้อรูปแบบการลงทุน ประเภท การลงทุน กฎเกณฑ์ กฎระเบียบ เงื่อนไข ต่าง ๆ รวมถึง ขั้นตอนในการขอลดทะเบียนอนุญาตลงทุนในธุรกิจที่ ต้องการลงทุน ระยะเวลาในการขอขึ้นทะเบียนวิสาหกิจ เกี่ยวกับการลงทุน

5. ข้อกฎหมายอัตราส่วนการร่วมทุนธุรกิจประกัน ชีวิตของ สปป. ลาว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน ต่างประเทศ เพราะอัตราส่วนการร่วมทุน จะขึ้นอยู่กับ ข้อตกลงของผู้ร่วมทุนทั้ง 2 ฝ่าย

6. วิธีการขอดำเนินการลงทุนธุรกิจประกันชีวิต ใน สปป. ลาว สำหรับนักลงทุนต่างประเทศ สรุปได้ ดังนี้

6.1 ดำเนินการขอใบอนุญาตลงทุนที่กระทรวง แผนการและการลงทุน

6.2 ดำเนินการขอใบอนุญาตลงทุนธุรกิจด้าน การประกันภัยที่กระทรวงการเงิน

6.3 ดำเนินการขอลดทะเบียนการค้าที่กระทรวง การค้า

6.4 ดำเนินการขอลดทะเบียนอากรที่กระทรวง การเงิน

7. อุปสรรคและโอกาสในการทำธุรกิจประกันชีวิต ใน สปป. ลาว สรุปได้ดังนี้

อุปสรรค

1. การประกันชีวิตยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับประชาชน สปป. ลาว

2. ประชาชน สปป. ลาวยังขาดการรับรู้ความเข้าใจ ในเรื่องการประกันชีวิต

3. รายได้ของประชาชนใน สปป. ลาว

4. ค่านิยมการทำประกันชีวิตของประชาชน สปป. ลาว

5. ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชน รู้จักการประกันชีวิต

6. ประสิทธิภาพของลูกค้ายใน สปป. ลาว ที่เคย ถูกตัวแทนฉ้อโกง หรือหลอกลวง

7. ประชาชน สปป. ลาว ให้ความสำคัญการทำ ประกันภัยรถ มากกว่าการทำประกันชีวิต ด้วยนโยบาย ของภาครัฐให้ยานพาหนะที่มีเครื่องจักรต้องมีประกันภัย ทุกคัน

โอกาส

1. เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประโยชน์การทำประกันชีวิต สร้างการรับรู้และความเข้าใจให้ประชาชน ใน สปป. ลาว

2. การสนับสนุนจากภาครัฐบาล ในการเพิ่ม นโยบายการทำประกันชีวิต และส่งเสริมการลงทุนธุรกิจ ประกันชีวิตใน สปป. ลาว

3. การพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคงทางการเงิน ของ สปป. ลาว

4. ขนาดการแข่งขันในธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว

5. ความสัมพันธ์และความผูกพันระหว่าง ไทย-ลาว ทำให้ไทยมีโอกาสในการทำธุรกิจ ใน สปป. ลาว สูงกว่าชาติอื่น

6. การเปิดการค้าเสรีของกลุ่มประชาคมอาเซียน (AEC)

7. สร้างจุดแข็งและภาพลักษณ์ที่ดีของตัวแทน ประกันชีวิต

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ประกันชีวิตที่เหมาะสมและ ผู้บริโภคใน สปป. ลาว ให้การยอมรับมากที่สุด คือ “ช่องทางตัวแทน” สอดคล้อง กับงานวิจัยของสุทธิชัย มาสมะละลิวัลย์ (2547) พบว่า คุณสมบัติตัวแทนประกันชีวิตที่ดีจรรยาบรรณของตัวแทน เป็นสิ่งสำคัญที่สุด บุคลิกภาพ ต้องตา วาจา ต้องใจ อภัยภัย คีเี่ยม มีความรู้ ในเรื่องประกันชีวิต วิเคราะห์ผู้มุ่งหวัง ได้อย่างชัดเจน นำเสนอแบบประกันที่เหมาะสมกับรายได้ ของลูกค้าด้วยความจริงใจ โดยตระหนักถึงผลประโยชน์ ลูกค้าเป็นสำคัญ ทำให้ผู้ซื้อยินดีแนะนำหรือบอกต่อได้อย่าง มั่นใจในตัวแทนที่ตนตัดสินใจเป็นลูกค้า

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การติดต่อบุคลากรหรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขายประกันชีวิตใน สปป. ลาว มีดังนี้ 1) สมัครเป็นตัวแทนประกันชีวิตสำหรับคน สปป. ลาว ให้ติดต่อบริษัทประกันภัย 2) ขายประกันชีวิตให้กับ ประชาชนทั่วไปใน สปป. ลาว ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง อาจจะเป็นที่บ้านของลูกค้าใน สปป. ลาว หรือในไทย จังหวัด หนองคาย หรืออุดรธานี 3) ขายประกันชีวิต

ให้กับองค์กร ห้างร้าน บริษัท ให้ติดต่อผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ดูแลสวัสดิการของพนักงาน สอดคล้องกับคู่มือการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกของฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2555) ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ตรงกัน จะทำให้เกิดความร่วมมือและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของฝ่ายวิชาการประกันชีวิต สถาบันประกันภัยไทยอาคารมโนรม กรุงเทพมหานคร (2555) ได้กำหนดเกณฑ์วิธีการรับสมัครตัวแทนประกันชีวิต เอกสารหลักฐานในการสมัคร ค่าธรรมเนียมการสมัครและอบรม

จากการศึกษาวิจัย พบว่าวิธีการขายประกันชีวิตให้กับผู้บริโภคใน สปป. ลาว มีดังนี้

1. กรณีขายประกันให้ประชาชนทั่วไปเริ่มจากขายประกันชีวิตให้กับคนที่ตัวแทนรู้จักในจังหวัดหนองคาย อุดรธานี และจังหวัดติดเขตชายแดน บุคคลดังกล่าวจะแนะนำผู้ซื้อใน สปป. ลาว ให้ตัวแทนรู้จัก จากนั้นให้ทำการนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ เพื่อเสนอแบบประกันสามารถนัดหมายทั้งใน สปป. ลาว หรือในประเทศไทยจังหวัดหนองคาย หรืออุดรธานี เมื่อตกลงซื้อประกันให้ทำสัญญาซื้อประกัน ถ้าเป็นบริษัทประกันที่มีสาขาในนครหลวงเวียงจันทน์ ให้ตัวแทนพาผู้ซื้อทำสัญญาที่สำนักงานขายในเวียงจันทน์ แต่ถ้าบริษัทประกันที่ยังไม่มีสำนักงานสาขานครหลวงเวียงจันทน์ ให้ตัวแทนพาผู้ซื้อมาทำสัญญาที่สำนักงานสาขาในจังหวัดหนองคาย หรืออุดรธานี ติดตามกรรมกรรมพร้อมนำส่งและอธิบายรายละเอียดกรรมกรรมให้ผู้ซื้อเข้าใจชัดเจน ป้องกันเกิดปัญหาภายหลัง บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอด้วยความจริงใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดการซื้อซ้ำ และบอกต่อกันแบบปากต่อปากต่อไป

2. กรณีขายประกัน บริษัท ห้างร้าน องค์กรต่าง ๆ เริ่มจากการขายประกันชีวิตให้เจ้าของบริษัท กิจการร้านค้าในจังหวัดหนองคาย และอุดรธานี บุคคลดังกล่าวจะแนะนำให้รู้จักเจ้าของบริษัท ร้านค้าใน สปป. ลาว หรือค้นหา บริษัท องค์กร ห้างร้านต่าง ๆ ใน สปป. ลาว ด้วยตัวเอง ติดต่อผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่ที่ดูแลสวัสดิการของพนักงาน เพื่อนัดหมายในการนำเสนอแบบประกันให้พิจารณา เมื่อตกลงซื้อประกัน ให้ตัวแทนดำเนินการ

ทำสัญญาซื้อประกันที่บริษัทลูกค้า หรือที่สำนักงานขายสาขานครหลวงเวียงจันทน์ ติดตามกรรมกรรมของลูกค้าพร้อมนำส่งด้วยตนเอง อธิบายเงื่อนไข หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ ในกรรมกรรม ให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคนในบริษัทได้รับทราบพร้อม ๆ กัน บริการหลังการสมัครเสมอสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตัวแทนเพื่อเป็นการบอกต่อกับลูกค้ารายใหม่ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของปนัดดา คุรุกิจกำจร (2543) พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีคุณลักษณะด้านการพัฒนาตนในด้านการทำงาน ด้านวิจารณ์ญาติ ด้านสื่อสารให้ผู้อื่นคล้อยตาม และด้านเชื่อมั่นในตนเอง และสอดคล้องกับบทความของ บอล โยม ออฟฟิต แอน อินชัวร์นโอเคเนชั่น วันอังคาร พฤษภาคม (2550) ขั้นตอนการขายอย่างมืออาชีพ การเตรียมตัวก่อนการเข้าพบลูกค้า และขั้นตอนการขาย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ข้อกฎหมายหรือข้อจำกัดที่นักลงทุนต่างประเทศควรรู้ศึกษาและควรตระหนักในการทำธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว คือ 1) ข้อกฎหมายการประกันชีวิต อยู่ในบทกฎหมายว่าด้วยการประกันภัยฉบับปรับปรุงปี พ.ศ. 2554 2) บทกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2552 สอดคล้องกับพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 2) (กระทรวงการคลัง, 2551) กฎกระทรวงได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ในมาตรา 7 การประกอบธุรกิจประกันชีวิตเมื่อได้จัดตั้งขึ้นในรูปบริษัทมหาชน จำกัด โดยได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตจากรัฐมนตรี และอนุมัติโดยคณะรัฐมนตรี รวมถึงสาขาของบริษัทประกันชีวิตต่างประเทศที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตในราชอาณาจักรตามพระราชบัญญัตินิติบุคคลทุนจดทะเบียนในประเทศไทยให้ตระหนักถึงบทกฎหมายของการประกันชีวิตที่บัญญัติไว้ในบทกฎหมายอย่างเคร่งครัด

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ข้อกฎหมายอัตราส่วนการร่วมทุนธุรกิจประกันชีวิตของ สปป. ลาว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนต่างประเทศ เพราะอัตราส่วนการร่วมทุนขึ้นอยู่กับข้อตกลงของผู้ร่วมทุนทั้ง 2 ฝ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎา สังขมณี (2554) พบว่าปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจเลือกรูปแบบการลงทุน จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการลงทุนว่าจะ

ลงทุนเองทั้งหมดหรือจะร่วมทุน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า วิธีการขอดำเนินการลงทุนธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว สำหรับนักลงทุนต่างประเทศ มีขั้นตอนดังนี้ (1) ดำเนินการขอใบอนุญาตลงทุนที่กระทรวงแผนการและการลงทุน (2) ดำเนินการขอใบอนุญาตลงทุนธุรกิจด้านการประกันภัยที่กระทรวงการเงิน (3) ดำเนินการขอจดทะเบียนการค้าที่กระทรวงการค้า (4) ดำเนินการขอจดทะเบียนอาคารที่กระทรวงการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลวรรณ จิรวินิชย์ และทิพย์สุดา เจริญพานิชสันติ (2553) พบว่าการก่อตั้งธุรกิจในประเทศไทยก็เหมือนประเทศอื่น ๆ ส่วนมากการก่อตั้งกิจการจะมี 3 ประเภท คือ บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด โดยบริษัทจำกัดเป็นรูปแบบการจัดตั้งที่นักลงทุนต่างชาติ นิยมมากที่สุด ซึ่งการจัดตั้งบริษัทจำกัดต้องมีผู้เริ่มก่อตั้ง 3 คนขึ้นไป ในการทำหนังสือบริคณห์สนธิ ประชุม และจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด รวมทั้งต้องมีบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีเงินได้ และมีการจัดทำบัญชีตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลรัษฎากร และพระราชบัญญัติการบัญชี จากนั้นกิจการต้องมีการจัดทำบัญชีงบดุลอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ยื่นต่อกรมสรรพากรและกรมทะเบียนการค้า และมีการหักภาษี ณ ที่จ่ายสำหรับเงินเดือนของพนักงานปกติทุกคน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า อุปสรรคและโอกาสในการทำธุรกิจประกันชีวิต ใน สปป. ลาว มีดังนี้ อุปสรรค คือ 1) การประกันชีวิตเป็นสิ่งใหม่สำหรับ สปป. ลาว 2) ประชาชนยังขาดการรับรู้และความเข้าใจการทำประกันชีวิต 3) รายได้ของประชาชน 4) ค่านิยมการทำประกันชีวิตของประชาชน 5) ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนได้รู้จักการทำประกันชีวิต 6) ประสิทธิภาพของลูกค้าใน สปป. ลาว ที่เคยถูกตัวแทนฉ้อโกง หรือหลอกลวง 7) ประชาชนให้ความสำคัญกับการทำประกันภัยมากกว่าการทำประกันชีวิต โอกาส คือ 1) เพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถึงประโยชน์การทำประกันชีวิตเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจให้ประชาชนใน สปป. ลาว 2) การสนับสนุนจากภาครัฐบาลในการเพิ่มนโยบายการทำประกันชีวิต และส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจประกันชีวิต 3) การพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคงทางการเงินของ สปป. ลาว 4) ขนาดการแข่งขัน

ในธุรกิจประกันชีวิตใน สปป. ลาว 5) ความสัมพันธ์ระหว่างไทย-ลาว ทำให้ไทยมีโอกาสในการทำธุรกิจ ใน สปป. ลาว สูงกว่าชาติอื่น 6) การเปิดเขตการค้าเสรี (AEC) 7) การสร้างจุดแข็งและภาพลักษณ์ที่ดีของตัวแทนประกันชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของสมคร วโรชาสกุล (2551) พบว่า ภาพรวมของปัญหาและอุปสรรคในด้านการขายประกันชีวิต คือการเสนอแบบประกันชีวิต และการทำสัญญาประกันชีวิต ตัวแทนขายประกันชีวิตจึงควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องการขายประกันชีวิตด้วยตนเอง หรือเข้ารับการฝึกอบรมความรู้ตามหลักสูตรที่บริษัทกำหนดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาถึงวิธีหรือขั้นตอนการติดต่อกับหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชนของ สปป. ลาว ที่ต้องการเข้าไปเก็บข้อมูล ให้ละเอียดถี่ถ้วนและชัดเจน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในวันที่เข้าไปเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยควรจัดทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานที่ต้องการเข้าไปเก็บข้อมูลล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน โดยส่งผ่านสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เวียงจันทน์ เพื่อให้เวลาแก่เจ้าหน้าที่ในการประสานงานไปยังหน่วยงานที่ผู้วิจัยต้องการเข้าไปเก็บข้อมูลใน สปป. ลาว ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะแจ้งหมายกำหนดการเข้าเก็บข้อมูลให้ผู้วิจัยทางอีเมล (E-mail)

ข้อเสนอแนะสำหรับนักธุรกิจ

1. ควรศึกษาและหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับธุรกิจที่จะลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุน โดย สามารถหาข้อมูลดังกล่าวได้ที่สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เวียงจันทน์ เพราะเป็นหน่วยงานที่มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนอย่างครบถ้วน
2. ควรศึกษาบทกฎหมายว่าด้วยการลงทุนและบทกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิตของ สปป. ลาว ให้เข้าใจอย่างชัดเจน
3. ควรศึกษาถึงอุปสรรคและโอกาสเกี่ยวกับธุรกิจที่จะลงทุนใน สปป. ลาว ให้ชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์ในการทำธุรกิจ ต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลวรรณ จิรวินิจ และทิพย์สุดา เจริญพานิชสันติ. (2553). รายงานการศึกษาวิจัยเรื่อง มาตรการส่งเสริมการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงการคลัง. (2551). พระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 2) 2551. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.oic.or.th/upload/lifeinsurance/download/38-7687.pdf>
- กฤษฎา สังขมณี. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจร่วมทุนของผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชัยวัฒน์ โหมภักทรพิมพ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบของการประกันชีวิต และตัวแบบสำหรับวิเคราะห์รูปแบบของการประกันชีวิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปนัดดา กุรุกิจกำจร. (2543). คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการแนะแนว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประกาศิต 12885. (2550, 20 พฤษภาคม). บอล โสม ออฟฟิต แอน อินซัวร์นโอะเคนเนชั่น. วันที่ค้นข้อมูล 25 กันยายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=29600>.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2555). เทคนิคการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สถาบันประกันภัยไทยอาคารมโนรม. (2555). เกณฑ์การสมัครตัวแทนประกันชีวิต. วันที่ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.tiins.com/newweb/th/course/course-detail.php?ID=1> สภาธุรกิจไทย-ลาว. (2554). เศรษฐกิจ สปป. ลาว. วันที่ค้นข้อมูล 5 กันยายน 2555, เข้าถึงได้จาก http://thailaosbiz.com/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=34
- สมควร วีระอาชากุล. (2551). การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต: กรณีศึกษาบริษัทไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ภาคตะวันออก. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2554). ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจประกันชีวิต. วันที่ค้นข้อมูล 5 กันยายน 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.oic.or.th/th/elearning/inncr_life2.php
- สุทธิชัย มาสมะลิวัลย์. (2547). การศึกษาตัวแทนประกันชีวิตในอุดมคติของประชาชน: ศึกษากรณีบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Berman. (2004). *Marketing channels*. Publisher. New York : John Wiley & sons, Hofstra University.
- Corcoran, D. K. (1981). *Investigation of the relationship between selected variables and the decision-making and managerial ability of head nurses in the Army Nurse Corps*. Doctoral dissertation, Graduate School, University of Texas at Austin.
- Doyle, Peter. (2002). *Marketing Management and Strategy*. (3rd ed.). Singapore: Prentice-Hall
- Hand, D. J. (1981). *Discrimination and Classification*. New York: John Wiley.

- Kerin, R.A., Berkowitz, E.N., Hartley, S.W, and Rudelius, W. (2003). *Marketing*. (7th ed.). Singapore: McGraw-Hill. Inc
- Insurance Market Development in Lao PDR OECD. (2011). The insurance agent growth. In *Asia Regional Seminar: Enhancing Transparency and Monitoring Insurance Market*. Bangkok, Thailand: Insurance Market Development in Lao PDR OECD.
- Morrison, D. F. (1991). *Multivariate Statistical Methods*. Singapore: McGraw-Hill.
- Sonethanou Singdala. (2010). Lao WTO Accession and Insurance Industry option for Liberalization. Lao. *Trade Research Digest* Vol. II. Ministry of Industry and Commerce. Lao

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University