

THE COACH!

INN WHY MAGAZINE



THE COACH INSURANCE

ดร.สุทธิพล ทวีชัยการ

NEW NORMAL SMART OIC



LINE@innwhy.tv



“

โค้ชซึ่ง เฉพาะบริษัทประกันภัย
โค้ชซึ่งคนกลางประกันภัย
หรือปรับปรุงรูปแบบของ
การดำเนินธุรกิจ โมเดลในการ
ประกอบธุรกิจ หรือแม้กระทั่ง
ข้อมูล การใช้เทคโนโลยีเท่านั้น
ไม่พอ จะต้องโค้ชซึ่งประชาชนด้วย

”

นับตั้งแต่เดือนตุลาคมปี 2558 กับก้าวอย่างแรกที่ **“ดร.สุกรี ทวีชัยการ”** นักบริหารองค์กรมหาชน ผู้เชี่ยวชาญกฎหมายอันดับต้นๆ ของประเทศ เข้ามารับไม้ต่อนั่งเก้าอี้ **“เลขาธิการ คปภ.”** สวมหมวก **“เดอะโค้ช”** อุตสาหกรรมประกันภัยไทยคนที่ 3 หลังจากเปลี่ยนโครงสร้างจากกรมการประกันภัยมาเป็นสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (สำนักงาน คปภ.)

ความแปลกใหม่และภาพลักษณ์ก็ค่อยเริ่มปรากฏขึ้นกับอุตสาหกรรม **“สำนักงาน คปภ.”** มีการปรับซัพพอร์ตเชิงรุก เจาะคน จนพอจะเข้าที่เข้าทางในการ **“จัดการ”** และ **“ส่งเสริม”** ให้ภาคเอกชนและประชาชนสามารถ **“เข้าถึง”** การประกันภัยในบริบทที่ **“จับต้อง”** ได้ชัดเจนขึ้นตามลำดับมากขึ้น

กระทั่งเกิดเหตุการณ์ความท้าทายสุด ๆ ของอุตสาหกรรมประกันภัยไทยกับกระแสพฤติกรรมเปลี่ยนตัวของผู้คนทั่วโลกทะลักไหลบ่าเข้ากลืนกินวิถีเดิม ๆ สร้างความสั่นสะเทือนเสถียรภาพภาวะเศรษฐกิจไปถ้วนหน้า ก่อเกิดความสูญเสียหายนระรอบใหม่ให้เกือบทุกภาคธุรกิจอย่าง **“ดิจิทัล ดิสรัปชัน”** (DIGITAL DISRUPTION)

“เดอะโค้ชสุกรี” ก็กดปุ่มปฏิบัติการ **“รับมือ”** แล้วเล็งแนวทาง **“รุกต่อ”** อย่างรวดเร็ว จนวันนี้!! ต้องบอกว่าประกันภัยไทยทันสมัย-การันตีและเอาอยู่!!

มาถึงความผันผวนร้ายแรงสุด ๆ ไม่แพ้กันกับระลอกคลื่นลูกใหม่ที่มากกระทบเศรษฐกิจโลกกับโรคระบาดครั้งใหญ่ **“ไวรัสโควิด-19”** จุดไฟกัน

มาตั้งแต่ต้นปี 2563 ถึงตอนนี้ก็ถือเป็นอีก **“เคส”** สำคัญที่เป็นความท้าทายของการจัดการและส่งเสริมธุรกิจประกันภัยไทยให้ **“อยู่รอด”** แล้วเราก็สัมผัสได้ว่า **“ดร.สุกรี ทวีชัยการ”** เป็นโค้ชที่พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสได้!!

เพราะกลับกลายเป็นว่า...จังหวะพลิกกลับ **“คนไทย”** มีการรับรู้อัตโนมัติจน **“รู้จัก”** รวมถึงการ **“เข้าถึง”** การประกันภัยด้วยตัวเองมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ จากยอดกรมธรรม์ทะลุกว่า 9 ล้านฉบับ

นับเป็นภาพรวม ๆ ที่เราเห็นและรับรู้ได้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมประกันภัยไทยในยุค **“สุกรีพล 1”** ตามวาระตำแหน่งสมัยแรก 4 ปี และเป็นรอยต่อสู่ยุค **“สุกรีพล 2”** ตามวาระการทำงานอีก 4 ปี ซึ่งเป็นอีกช่วงระยะทางสำคัญที่ **“คนประกันภัย”** และ **“ประชาชน”** คนไทยจะได้รับทราบ รับรู้ และมีส่วนร่วมได้เสียกับ **“แนวทาง”** ที่ท่านเลขาฯ คปภ. คนปัจจุบันจะโค้ชอุตสาหกรรมทั้งระบบยุค NEW NORMAL กันต่อไป

โค้ชซึ่ง “บริษัทผู้รับประกันภัย”

“**ดร.สุกฤษา กวีชัยการ**” เล่าผ่านรายการ **THE COACH** ของ **INNWHY? TV** ว่า ประเด็นแรกก็คือตอนนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยน ด้วยมีปัจจัยอะไรเข้ามาเยอะมากมาย เพราะฉะนั้นสิ่งที่ต้อง “**โค้ชซึ่ง**” ก่อนเลย คือการโค้ชซึ่งให้ภาคธุรกิจรับประกันภัยได้เห็นถึงความสำคัญของประชาชน ซึ่งถือว่าเป็น “**ศูนย์กลาง**” ของการทำธุรกิจอันเกี่ยวเนื่องกับการเข้าไปให้บริการได้ตรงกับพฤติกรรมของคนที่ย้ายไป

“

แล้วการที่ประชาชนเริ่มถามว่าที่ผ่านมานั้น ตัวการประกอบธุรกิจที่ดี คนกลางเรื่องการรับประกันภัยที่ดี หรือ ผลิตภัณฑ์ที่รับประกันภัยที่ดีนั้น มันตอบโจทย์ความต้องการของเขาอย่างแท้จริงหรือเปล่า

”

ด้วย “**ดร.สุทธิพล**” มองว่า จุดนี้ “**บริษัท**” จะต้องเข้าใจทิศทางของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมปรับวิธีการดำเนินการเพื่อนำไปสู่เรื่องการสร้างความเชื่อมั่นของ “**ประชาชน**” โดยให้พิจารณาและทำความเข้าใจถึง “**พฤติกรรม**” ของประชาชนในปัจจุบัน แล้วนำ “**เทคโนโลยี**” มาใช้ให้สอดคล้องอย่างรวดเร็ว

“ ทุกวันนี้คนต้องการที่จะเข้าถึง PRODUCT ต่างๆ โดยรวดเร็ว ได้ข้อมูลที่รวดเร็ว แล้วคนก็เริ่มถามถึงความเป็นธรรมแล้ว ยกตัวอย่างประกันภัยรถยนต์รายปีแต่ใช้รถยนต์ปีละไม่กี่ครั้ง ช่วงโควิดเราต้องอยู่บ้านถูกไหม แต่ว่าเขาต้องจ่ายเบี้ยประกันรถยนต์รายปี ฉะนั้นรูปแบบนั้นมันจะไปเชื่อมโยงกับพฤติกรรมของคนล่ะ ”

เพราะฉะนั้นตัวที่จะช่วยภาคธุรกิจรับประกันภัยได้ยุค **NEW NORMAL** ในการที่จะทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าหรือแม้กระทั่งเข้าถึงลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วนั้น อาจจะหมดยุคที่ไปเคาะประตูบ้าน แต่คงต้องหันมาใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยแทน โดย “**ดร.สุทธิพล**” มองว่าถึงวันนี้ก็ยังไม่สายที่จะปรับแล้วเปลี่ยนพฤติกรรมการขายประกันภัยกันใหม่

“

ผมเป็นห่วงมากเลยเพราะว่าธุรกิจประกันภัยของบ้านเรานั้น บริษัทประกันภัยมีหลายกลุ่ม บางกลุ่มไม่ต้องไปห่วงเขาเพราะเขามี KNOW HOW เชื่อมโยงกับบริษัทประกันภัยแม่ต่างประเทศ บางบริษัทไทยที่เป็นขนาดใหญ่ๆ เขามีสายป่านยาวแล้วก็พลัง ในการที่จะไปพัฒนาระบบเทคโนโลยี แต่ที่เป็นห่วง คือบริษัทแบบ Real local ไทยแก่ขนาดไม่ใหญ่มาก แล้วก็ไม่มียมนำเอา ระบบเทคโนโลยีมาใช้ เพราะคิดว่าแพงลงทุนสูง

”



กลุ่มนี้จึงต้องโค้ชซึ่งเป็นพิเศษ และทางสำนักงาน คปภ. ก็มีวิธีช่วยในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เช่น **โครงการ ไอไอซี เกตเวย์** ซึ่งปลายปีนี้ก็จะได้ข้อสรุปค่อนข้างที่จะมีความคืบหน้าแล้วปีหน้า 2564 ก็ใช้งานได้ แม้จะยังติดปัญหาที่บางบริษัทยังไม่พร้อมส่งข้อมูลต่างๆ ก็ตาม

“

ต้องโยงพฤติกรรมผู้บริโภค มาโยงเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ แล้วโยงต่อเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ที่เหมาะสมในอนาคต จะต้องตอบโจทย์ต้องจ่ายต่อความเข้าใจ บริการรวดเร็ว อนุมัติการรับประกันฯ เร็ว คุ้มครองเร็ว และไม่คิดที่จะไปหากินกับเรื่องของความซับซ้อน หรือตัวเงื่อนไข ซ้อยกเว้นต่างๆ อีก

”

ดร.สุทธิพล กล่าวสรุปในเรื่องการโค้ชซึ่งบริษัทประกันภัย ผู้รับประกันในยุค **NEW NORMAL** นี้ว่า สิ่งแรกเป็นเรื่องที่บริษัททำคือ “ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง” แล้วทำให้เกิดความเชื่อมั่น สอง “นำเทคโนโลยีมาใช้” เพื่อนำไปสู่ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสาม “ผลิตภัณฑ์หลากหลาย” ไม่มี แต่เปี่ยมสูง แต่ควรสร้างโอกาสเข้าถึงคนหมู่มากด้วยเบียดู โดยเฉพาะ “ประกันสุขภาพ” ที่เป็นทิศทางเติบโตของอุตสาหกรรม

โค้ชซึ่ง “คนกลางประกันภัย”

ดร.สุทธิพล กล่าวต่อถึงทิศทางการโค้ชซึ่ง “คนกลางประกันภัย” ด้วยปัจจุบันทั้งอุตสาหกรรมประเทศไทยมีคนกลางประกันภัยประมาณ 4 แสนถึง 5 แสนคน และในยุค **NEW NORMAL** นี้เขามองการโค้ชซึ่งส่วนนี้ไปในเรื่องสำคัญที่สุดของคนกลางประกันภัยคือ “ปรับวิธีคิด”

“ ตอนนี้คนกลางประกันภัยหลายคน มีความพวว่าบริษัทประกันภัยจะตัดเขาใหม่ เพราะอะไรก็ตามพอเทคโนโลยีเข้ามาแล้ว ความจำเป็นของคนที่อยู่ตรงกลางก็อาจจะลดลงไป เรามีคนกลางประกันภัยเยอะมาก เยอะกว่าฮ่องกง สิงคโปร์ เยอะกว่าหลายๆ ประเทศ การโค้ชจึงต้องเน้นให้เขาคงคิดแบบเดิมๆ ไม่ได้แล้ว ”

คนกลางประกันภัยไทยต้องเปลี่ยนโหมดการประกอบธุรกิจ ออกจากวิธีการที่เคยเป็นมา ต้องเป็นมนุษย์พันธุ์ที่สามารถจะอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีได้ดีมีจินตนาการต่าง ๆ มองเรื่องของ SOCIAL DISTANCING ให้เป็นโอกาสในมิติการติดต่อกับลูกค้า มองข้ามสิ่งที่เคยทำแบบเคาะประตูบ้านเจอกันแบบ FACE TO FACE เท่านั้น โดยหันมาใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใจได้แทน

“ ก็หมายความว่าตัวคอนเทนต์ ที่เขาไปอยู่ในตัวระบบ ELECTRONIC นั้นมันจะต้องง่ายจนลูกค้าสามารถที่จะเข้าใจได้ แล้วตัดสินใจ ผมเชื่อว่าถ้าคนกลางประกันภัย ใช้เครื่องมือต่างๆ ได้ ร่วมกับศาสตร์ในการจูงใจคนให้เชื่อมั่น ไม่ว่าจะเทคโนโลยีจะเข้ามายังไง มนุษย์ต้องชนะ เพราะมนุษย์เป็นคนคิดเทคโนโลยี ”

พร้อมคำซ้ำจาก “ดร.สุทธิพล” อีกว่า สิ่งที่ตัวแทนหรือ นายหน้าประกันภัย นอกจากจะต้องพัฒนาไปสู่โหมดตรงนั้นแล้ว ยังมีสิ่งสำคัญที่สุดที่คนกลางยุคใหม่จะต้องไม่เอาแต่ได้คือ จะต้องไม่มุ่งแต่เร่งยอด แต่จะต้องดูแลและบริการลูกค้าให้ครบวงจร และประชาชนมีความเชื่อมั่นมากขึ้นด้วย

“ คนกลางประกันภัยถ้าเราไม่โค้ชเขาดีพอ กติกาไม่ดีพอ คือเขาไม่มีความรู้ ข้อมูลที่เขาไปให้กับประชาชนก็ผิด อันนี้คือเป็นเรื่องที่ผมย้ำและจะต้องให้ คปภ.เข้าถึงประชาชนให้มากที่สุด เพราะถามว่า เวลาประชาชนมีปัญหาเขานึกถึงใคร ส่วนใหญ่เขานึกถึงตัวแทน กับบริษัทประกันภัย เขาไม่ได้นึกถึงคปภ. ”

โดย “ดร.สุทธิพล” สรุปการโค้ชซึ่งภาคคนกลางประกันภัยตอนท้ายว่า ภารกิจตรงนี้ของสำนักงาน คปภ.ยังไม่ประสบความสำเร็จยังจะต้องมีการปรับปรุงให้รวดเร็วต่อการเข้าใจและรับรู้บทบาทการให้ความช่วยเหลือด้านประกันภัยของหน่วยงานกลางนี้ และเมื่อประชาชนมีปัญหาด้านการประกันภัยแล้ว สิ่งที่ต้องทำควรติดต่อกับ คปภ. จะเป็นผลดีที่สุด

โค้ชซึ่ง “ประชาชน”

“ดร.สุทธิพล ทวีชัยการ” กล่าวชัดว่าการโค้ชซึ่งอุตสาหกรรมประกันภัยนั้นแค่โค้ชซึ่งเฉพาะบริษัทประกันภัยโค้ชซึ่งคนกลางประกันภัย หรือปรับปรุงรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ โมเดลในการประกอบธุรกิจหรือแม้กระทั่งข้อมูลการใช้เทคโนโลยีเท่านั้นไม่พอ จะต้องโค้ชซึ่งประชาชนด้วย

“ สิ่งที่สำคัญมากๆ เพราะว่าถ้าเราโค้ชซึ่งประชาชนไม่ดี ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของเรื่องประกันภัย ประชาชนไม่ทำประกัน พอมีเรื่องความเสี่ยงเกิดขึ้นมาประชาชนก็ไม่สามารถที่จะมีระบบบริหารความเสี่ยง ปักกลไกที่รองรับ ”

ดร.สุทธิพล ยกตัวอย่างอุบัติเหตุล่าสุดที่เกิดขึ้นที่ดอยอินทนนท์ โชคดีที่ผู้เสียชีวิตทำประกันทั้งประกันภัยภาคบังคับหรือ พรบ. และสมัครใจ และมีประกันอุบัติเหตุด้วย เมื่อเกิดการสูญเสียขึ้นมาก็สามารถบูรณาการกับด้านธุรกิจประกันภัยแล้วก็นำค่าสินไหมไปจ่ายเวลารวดเร็วมาก



“

ถ้านึกถึงภาพหากผู้เสียชีวิต ไม่มีการทำปะกับพสบ. ไม่มีการทำเรื่องของปะกับสมีครใจ คำสืบใหม่ก็ไม่ไ้รับ ซึ่งอาจจะไ้ค่าเสี่ยหาย เบื้องต้นจากทางกองทุนทดแทนผู้ประสบภัย แต่ก็น้อยมากเลย เพราะจะนับตรงนี้เป็นสิ่งที่มี ความสำคัญอย่างยิ่งครับ

”

โดยทาง สำนักงาน คปภ. จะริบมีตัวช่วยที่จะทำให้ประชาชน คนไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านประกันภัยเบื้องต้นในการที่เขา จะใช้ประกอบการตัดสินใจการซื้อประกันภัยให้มากที่สุด ซึ่งที่ ผ่านมาถือว่ายังขาดสิ่งนี้จาก สำนักงาน คปภ. และขณะนี้ส่วน ฐานข้อมูลในส่วนขอระบบฐานข้อมูลการประกันภัย (IBS) ของสำนักงานคปภ. และโครงการไอโอซีเกตเวย์ก็จะช่วยไ้

ด้วยวิธีที่สำนักงาน คปภ. จะต้องทำงานเชื่อมโยงบูรณาการ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรวมถึงในส่วนขอภาคธุรกิจประกันภัย ภาคธุรกิจประกันภัยจำเป็นต้องไปกับสำนักงานคปภ. แล้วสำ- นกงานคปภ. ก็จะได้ไปเรียนรู้ว่าประชาชนรู้สึกยังงั้ต่อเรื่องขอ ประกันภัยเขาคิดว่าเขาไม่ไ้รับความเป็นธรรมอย่งไร และมัน เกิดจากอะไร

“ เราก็เข้าไปทำความเข้าใจมั้นต่างๆ นำเอาภาค INDUSTRY เข้ามา แล้วก็บอกส่งสัญญาณไป ชัดเจนว่าอันนี้คือเรื่องขอประกันภัยถ้าคุณ ไ้รับความไม่เป็นธรรมคุณอุ้ใจ สบายใจไ้ ถ้าหากคุณมีปัญหามีความเดือดร้อนนั้น สามารถที่จะเข้ามาที่สำนักงานคปภ. ไ้ เรายินดี ที่จะช่วยเหลือคุ้มครองประโยชน์ด้านประกันภัย ”

ความคืบหน้าการก้าวสู่ SMART OIC เต็มตัว

มาถึงตรงนี้ก็เหมือนเหมือนว่า “ดร.สุทธิพล ทวีชัยการ” ในฐานะ ผู้นำการขับเคลื่อนภาคปฏิบัติขอ “สำนักงานคปภ.” เต็มตัว ก็ต้องหันกลับมามองและไ้ซึ่ง “องค์กรคปภ.” ให้พร้อมและ

คล่องตัวฉบับไวขนาดไหนต่อการนำองคพายพเดินไปข้างหน้า ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงรอบด้านและภายใต้แผนปฏิบัติการ ที่ต้องพลิกโฉมตัวเองให้เป็ SMART OIC

“ โครงการ SMART OIC นั้นแผนขอเราที่จะมาสู่ เฟสต่างๆ นั้นเสร็จแล้ว คือบริษัทที่ปรักษาส่ง มอบงานแล้ว แต่ประเด็นคือในแผน SMART OIC นั้นต้องทำหลายๆ อย่าง เยอะมาก จะนับผมยัง บอกไ้ไ้ว่าสำเร็จที่เปอร์เซนต์ แต่มีความคืบหน้าไปเยอะเพราะตอนนีเราไ้ใจจยไ้ แล้วว่าทิศทางที่เรากจะไปสู่มันนั้นเป็นอย่งไร

เลขาธิการ คปภ. ย้ำว่า SMART OIC เป็นโปรเจกต์ใหญ่ที่ต้อง ใช้เวลาและมีระบบซับซ้อน และเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุก ส่วนขอองค์กร และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งอุตสาหกรรม ประกันวินาศภัยและประกันชีวิตโดยเฉพาะเรื่องฐานข้อมูล ทั้งสองฝั่ง รวมไปถึงจนถึงวิธีการทำงานขอคนคปภ. ที่ต้องปรับ เป็นไปตามทิศทางเดียวกัน โดยระบบทรัพยากรบุคคลต้องให้ สร้างวัฒนธรรมองค์กรในการที่จะใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการ เรื่องขอข้อมูลต่างๆ ด้วย



“ ต้องเอาระบบเทคโนโลยีไปจับเช่นเรื่องของ กระบวนการจัดซื้อ จัดจ้างของสำนักงานคปภ. มันมีเรื่องกติกามันซับซ้อนกันอยู่ หรือ แม้กระทั่งกฎหมายก็อยู่ใน SMART OIC เหมือนกัน มันไม่ใช่แค่เรื่องเทคโนโลยีอย่างเดียว มันคือ วิธีการคิดวิธีการทำงานระบบ และที่สำคัญที่สุด ที่ยากคือวัฒนธรรมองค์กร

สำหรับงานด้านเทคโนโลยีบางส่วนก็เสร็จและสามารถนำมาใช้งานได้แล้ว อย่างเช่น แอปพลิเคชัน ส่วนระบบการรับเรื่องร้องเรียนและระบบฐานข้อมูลการประกันภัย (IBS) ส่วนประกันวินาศภัยเสร็จแล้ว โดยเฟสต่อไปจะเป็นของประกันชีวิต โดย “**ดร.สุทธิพล**” สรุปภาพความคืบหน้า SMART OIC นี้ในตอนท้ายสุดว่า



“ อันนี้มันจะเป็นอะไรที่มีความคืบหน้าและเป็นหนึ่งในเคพีไอของผมนด้วย ช่วง 8 ปีการทำงานนี้คือถ้าไม่สำเร็จก็หนาวๆ ร้อนๆ เหมือนกัน ซึ่งเราทำเต็มที่ยากให้มันเห็นผล เดิมทีเขาจบแล้วบริษัทเขาจบแล้ว เขาส่งมาแล้วบอกจบแล้ว แต่โครงการเยอะไปหมดจะซับซ้อนยุ่งยาก ต้องให้มีระบบเข้าไปซึ่งก็เกี่ยวกับบุคลากรเรา ”

สุดท้ายของที่สุด “**เดอะโค้ช**” แห่งอุตสาหกรรมประกันภัยไทย “**ดร.สุทธิพล ทวีชัยการ**” เลขาธิการคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ก็ได้ฝากข้อคิดทิ้งท้ายในรายการไว้ว่า

“ ประกันภัยเป็นเรื่องใกล้ตัว ประกันภัยในวิกฤติหลังโควิด มันมันเป็นเรื่องที่ทำกาย ซึ่งมันจะเปลี่ยนวิธีการในการดำเนินธุรกิจในการทำงานของเรา ทั้งในฝั่งของคปภ. และฝั่งภาคอุตสาหกรรมประกันภัย แต่มันก็ไม่ใช่สิ่งที่เป็นไปไม่ได้ ถ้าหากว่าเราตั้งใจทำมัน เราบูรณาการการทำงานร่วมกันมีความจริงใจ และเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน เราก็สามารถที่จะผ่านพ้นวิกฤติ หลังโควิดไปได้ครับ

”

อัปเดตInsurd **ใช้ชีวิตรับมือภัยเกษียณ** ไล่ที่ INNWHY.COM
เพียงแอดไลน์ Official Account @innwhy.tv



หรือสแกน QR Code
ตรงนี้เลย!!

