



## BKI โฟกัสปี '57 มุ่งเจาะรายย่อย พร้อมเปิดอีก 5 สาขาเตรียมรับ AEC

กรุงเทพประกันภัย วางทิศทางธุรกิจปี 2557 เดินหน้ารุกกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างต่อเนื่อง พร้อมเตรียมขยายสาขาเพิ่มอีก 5 แห่ง รองรับเปิด AEC คาดสิ้นปีนี้เติบโตตามเป้าหมาย พร้อมตั้งเป้าปี 2557 เติบโตร้อยละ 16 หรือ 18,000 ล้านบาท

นายพนัส ธีรวิชัยกุล กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) หรือ BKI เปิดเผยถึงผลการดำเนินงานของบริษัท โดยในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2556 นี้ มีเบี้ยประกันภัยรับรวมอยู่ที่ 14,015 ล้านบาท หรือเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 ซึ่งคาดว่า ณ สิ้นปี 2556 บริษัทจะสามารถทำเบี้ยประกันภัยรับได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 15,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16

และสำหรับทิศทางการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2557 นั้น บริษัทจะยังคงขยายงานกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างต่อเนื่อง และขยายงานสู่ตลาดในภูมิภาคมากขึ้น เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าในต่างจังหวัดที่เพิ่มขึ้นจากการขยายประกันภัยผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพทั่วประเทศ รวมทั้งเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจโลจิสติกส์ที่จะขยายตัวมากขึ้น จากการที่ประเทศไทยมีทำเลเป็นศูนย์กลางของ AEC

ทั้งนี้ ในปี 2557 บริษัทจะเปิดสาขาเพิ่มอีก 5 สาขา ได้แก่ ที่ จ.นครปฐม จ.อุตรดิตถ์ อ.แม่สอด จ.ตาก จ.ร้อยเอ็ด และ อ.อรุณประเทศ จ.สระแก้ว อีกทั้งยังมีแผนที่จะปรับปรุงหรือย้าย

ที่ทำการของสาขาอีก 3 สาขา ที่ จ.นครสวรรค์ จ.อุบลราชธานี และ จ.อุดรธานี รวมทั้งบริษัทจะขยายงานด้วย Product ที่มีศักยภาพในการเติบโต เช่น กรมธรรม์ประกันภัยรถบรรทุก และรถกระบะ เนื่องจากธุรกิจโลจิสติกส์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวหลังการเปิด AEC

นอกจากนี้ บริษัทยังได้บริหารจัดการความเสี่ยงบนพื้นฐานของ Enterprise Risk Management มีการพัฒนาคุณภาพของ

บุคลากร รวมทั้งมุ่งพัฒนาระบบงานและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนธุรกิจและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าและคู่ค้า ซึ่งในปี 2557 นี้ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายเบี้ยประกันภัยรับรวมไว้ที่ 18,000 ล้านบาท หรือเติบโต 16%

ด้าน ดร.อภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กล่าวเพิ่มเติมว่า บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์ขยายงานลูกค้ารายย่อยด้วยการครอบคลุมการบริการลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ทั้งการขายตรงทางโทรศัพท์ ขายผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จุดบริการ Care Station ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำแล้ว พร้อมทั้งขยายบริการในช่องทางใหม่ๆ ที่เข้าถึงลูกค้ารายย่อยได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Counter Service ที่ร้านสะดวกซื้อ 7-11, Tesco General Insurance Broker ที่ Tesco Lotus ทุกสาขา, Central Smart Insure ที่ Central Department Store และช่องทาง Thailand Post ณ ที่ทำการไปรษณีย์ไทยทั่วประเทศ โดยถือเป็นอีกหนึ่งกลุ่มช่องทางที่มีศักยภาพสูงที่เข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง

ส่วนช่องทางหลัก เช่น Telemarketing และ Bancassurance ยังคงตั้งเป้าเติบโตอย่างต่อเนื่องโดย Telemarketing คาดว่าจะเติบโตประมาณ 18% ด้วยการปรับสินค้าใหม่ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและมีจุดแข่งขันกับตลาดได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการประกันอุบัติเหตุ การประกันสุขภาพ และการประกันภัยรถยนต์ ขณะที่ช่องทาง Bancassurance จะมีอัตราการเติบโตที่สูงมาก โดยตั้งเป้าไว้ที่ 30% ซึ่งกลยุทธ์หลักจะเน้นการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของการนำเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ ทั้งภาคสมัครใจ ประเภท 1, ประเภท 2 พลัส และ 3 พลัส และ พ.ร.บ. ผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพทั่วประเทศ ■