



ประกันแท้'ลดเบี้ย'จูงใจ ปีมียอดแก่ปมรถใหม่วูบ

ลูกค้าประกันรถเฮ ค่าประกันแข่งเดือดหลังตลาด
รถใหม่วูบหนัก หั่นราคาเข้าสู่ คาดกดเบี้ยถูกลง 10%
อัดโปรโมชั่นกระตุ้นตัวแทน-นายหน้า ชิงเค้กตลาด
1.2 แสนล้าน “ขาใหญ่” ชี้แข่งราคาบางเช็กเมนต์ ยัน
ชูบริการเข้าสู่ เน้นรักษาลูกค้าเก่า เดือนอย่า
สู้ขนาดทุน รับประกันต้องมีกำไร

นายเรืองเดช ดุษฎีสุรพจน์ ประธาน
กรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ
บมจ.สินมั่นคงประกันภัย เปิดเผยว่า
สถานการณ์ในตลาดประกันภัยรถยนต์
ปีนี้กำลังแข่งขันกันดุเดือด หลังจากยอด
ขายรถใหม่ในช่วง 3 เดือนแรกติดลบไป
ค่อนข้างมาก ทุกบริษัทจึงต้องมาแข่งขัน
กันในตลาดเดิมที่มีอยู่เป็นหลัก ซึ่งรวมถึง
ใช้กลยุทธ์ด้านราคามาเป็นตัวแข่งขันเพื่อ
ทำตลาด โดยคาดว่าราคาเบี้ยประกันน่าจะ
จะลดลงไปราว 10% จากเดิม

“ตลาดตอนนี้เห็นชัดว่างานใหม่เข้ามา
น้อยลง เพราะยอดขายรถใหม่ลดลง
มาก ทุกคนก็ต้องเอาตัวรอดกัน ยิ่งเห็นผล
ประกอบการในไตรมาส 1 ที่ส่วนใหญ่เบี้ย
ประกันลดลง ทำให้อีก 3 ไตรมาสที่เหลือ
ต้องเร่งทำตลาดกันหนักขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่
ก็จะเป็นบริษัทใหญ่ที่จะทำโปรโมชั่นออก
มาสู้กับตลาดได้ไหว และมีความได้เปรียบ
การแข่งขันสูงกว่า”

ด้านการปรับตัวของสินมั่นคงฯนั้น
นายเรืองเดชกล่าวว่า ปีนี้บริษัทอาจต้องทำ
โปรโมชั่นเข้ามาแข่งขันมากขึ้น หลังจากที่ผ่านมาถือว่าทำน้อยกว่าคู่แข่งพอสมควร ซึ่ง
โปรโมชั่นก็จะมีเป็นระยะ ทั้งอัดฉีดตัวแทน-
นายหน้าให้ตื่นตัวมากขึ้น รวมถึงโปรโมชั่นที่
ส่งตรงไปยังลูกค้า ชูจุดขายเรื่องราคาที่
คุ้มค่า และสินค้าที่เป็นทางเลือกสำหรับ
เช็กเมนต์เฉพาะ เช่น ลูกค้าที่ขับน้อยก็มี
ประกันตามไมล์ เบี้ยถูกเริ่มต้นเพียง 9,999

บาท หรือประกันซ่อมศูนย์แต่ราคาไม่แพง
เริ่มต้น 14,000 บาท แต่จะมีเบี้ยใน
สินค้า 2 แบบนี้ราว 1.1-1.2 พันล้านบาท

“ยอมรับว่าการแข่งขันปีนี้คงไม่ง่าย เรา
ต้องรุกมากขึ้น แต่คงไม่ทำโปรโมชั่นกวาดไป
หมด เราจะเลือกทำเฉพาะบางเช็กเมนต์ที่
พอจะแข่งขันได้ ทำแล้วไม่กระทบกับมาร์จิ้น
ขณะเดียวกัน ก็ต้องดูเรื่องความมั่นคงของ
บริษัท ความเชี่ยวชาญในตลาด และบริการ
ลูกค้าให้ได้ดีด้วย” นายเรืองเดชกล่าว

ขณะที่นายพนัส ธีรวิชัยกุล กรรมการ
ผู้อำนวยการใหญ่ บมจ.กรุงเทพประกัน
ภัย กล่าวเช่นกันว่า สภาวะตลาดในเวลา
นี้แข่งขันกันแรงมากโดยเฉพาะเรื่องราคา
และเป็นไปได้ว่าระดับราคาที่จะแข่งขันจน
ไม่มีกำไรอาจจะกลับมาอีกในปี นี้ เพราะ
งานใหม่แทบจะไม่มี จากยอดขายรถใหม่
ที่ 3 เดือนแรกปีนี้ออกมาแค่ 2.2 แสนคัน
ขยายตัวติดลบ 46% ฉะนั้น ทุกบริษัทต้อง
มาแย่งกันในงานเดิมที่มีอยู่

สำหรับนโยบายของกรุงเทพประกันภัย
นายพนัสย้ำว่า บริษัทจะไม่เข้าไปแข่งด้าน
ราคาตามตลาดแน่นอน แม้จะเกิดความ
เสี่ยงว่างานจะไหลไปยังบริษัทอื่นที่หั่นราคา
ลงก็ตาม ซึ่งล่าสุดบริษัทปรับลดคาดการณ์
เติบโตลงเหลือเพียง 5% หรือคาดว่าจะมี
เบี้ย 16,325 ล้านบาทเท่านั้น จากเดิมที่ตั้ง
เป้าหมายเติบโตไว้ 15% หรือคิดเป็นเบี้ย
ราว 18,000 ล้านบาท เนื่องจากประเมิน
ว่าสถานการณ์เติบโตในตลาดไม่เอื้อนัก

“เรามองว่าถ้าทำกลยุทธ์อะไรออกมา
ซึ่งได้งานเพิ่มขึ้นและเป็นงานที่มีกำไรก็
โอเค แต่ถ้าได้งานที่ขาดทุนเข้ามาจะเจอ



ปัญหาอีกเยอะ รีอินซ์เวอรัก็จะตั้งคำถามเข้ามา ราคาประกันภัยต่อก็จะถูกปรับขึ้น แคมกระทบต่อเงินกองทุนตามเกณฑ์ RBC (Risk-based Capital) อีก ฉะนั้น เราจะแข่งในระดับที่มีกำไร ซึ่งโมเดลของเราสามารถวิเคราะห์ผลได้ใน 3 เดือนเลยว่าจะมีกำไรหรือขาดทุน แล้วปรับตัวได้ทัน”

นายพนัสกล่าวว่าการแข่งขันในเวลานี้บริษัทจะชูเรื่องบริการเป็นหลัก โดยเฉพาะลูกค้าที่ผ่านประสบการณ์เคลมตอนนำท่วมมาแล้วจะเข้าใจดีว่าบริการเคลมของบริษัทเป็นอย่างไร ขณะเดียวกัน ในช่วง 3-4 เดือนมานี้ทุนสินไหมขึ้นมาแล้ว 2-3% ถ้าจะลดราคาบ้างก็คงทำได้แค่บางรุ่น ขณะที่บางรุ่น เช่น กลุ่มรถเล็ก 1,500 ซีซี ซึ่งความเสี่ยงสูงก็อาจต้องปรับราคาขึ้นด้วยซ้ำ

ส่วนนางสาวชูพรรณ โกวานิษฐ์ รองกรรมการผู้จัดการ บมจ.เมืองไทยประกันภัย กล่าวทำนองเดียวกันว่า กลยุทธ์เรื่องราคาเป็นการปรับตัวเพื่อแข่งขันในระยะสั้น ไม่สามารถสร้างเบี้ยเพื่อสนับสนุนให้บริษัทแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในมุมมองของเมืองไทยประกันภัยคงไม่เข้าไปแข่งราคาตามตลาด ขณะเดียวกัน ผลกระทบจากตลาดรถใหม่ที่เติบโตติดลบนั้นก็ไม่น่าจะกระทบมาก เพราะสัดส่วนงานจากรถใหม่ของบริษัทมีค่อนข้างน้อยอยู่แล้ว

“ปีนี้เราเตรียมเรื่องบริการและระบบงานสินไหมให้กระชับขึ้นเป็นหลัก โดยพยายามบริหารระบบสินไหมตลอดทั้งซัพพลายเชน รวมถึงส่วนที่ไปเกี่ยวข้องกับลูกค้าด้วย เช่น ศูนย์ซ่อมและอยู่ พร้อมกับไฟก๊สในฐานลูกค้า

เดิมให้ต่ออายุเป็นหลัก ซึ่งจะได้รับส่วนลดประวัติดี 10-50% อยู่แล้ว ฉะนั้น ราคาคู่แข่งที่จะเข้ามาถึงลูกค้าไปก็คงไม่ถ้านัก”

นางสาวชูพรรณกล่าว

ขณะที่บริษัทเจ้าตลาดประกันรถยนต์อย่าง บมจ.วิริยะประกันภัย โดยนายกฤษณ์ วิทยธีระนันท์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดกล่าว ว่า ราคาเบี้ยในปัจจุบันค่อนข้างถูกกดดัน

จากการแข่งขันมาก ทั้งเป็นระดับราคาที่ไม่ได้ปรับเพิ่มขึ้นมา 2-3 ปีแล้ว จึงไม่เห็นแนวทางว่าจะแข่งกันลดต่ำไปกว่าปัจจุบันอีกเพื่ออะไร ทั้งที่ต้นทุนค่าสินไหม ค่าแรง และค่าอะไหล่ก็ปรับเพิ่มขึ้นตลอด ซึ่งในมุมมองของวิริยะประกันภัยก็คงไม่ลดราคาไปสู่อย่างแน่นอน กระนั้นในช่วง 3 เดือนแรก เบี้ยก็ยังเติบโตได้ราว 7-8% ถือว่าไม่ถูกกระทบจากการแข่งขันในตลาด

“ตลาดรถใหม่คงสู้กันไม่ได้มาก เพราะตลาดหายไปแล้ว 50% ขณะที่ตลาดรถต่ออายุเรื่องราคาอาจไม่ใช่ประเด็นหลัก แต่อยู่ที่ความพอใจของลูกค้าและความสะดวกของบริการที่มีให้ ตรงนี้เราสู้เต็มที่ และพยายามติดต่อลูกค้าให้เร็วขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องต่ออายุ ซึ่งช่วยได้เยอะ อัตราการต่ออายุปัจจุบันก็มากกว่า 50% และคาดว่าภายในสิ้นปีนี้จะทำได้ถึง 60% ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้”

นอกจากการแข่งขันด้านราคา ปีนี้ยังพบว่าบางบริษัทที่พยายามทำแบบประกันรถยนต์ที่มีลูกเล่นใหม่ ๆ เข้ามารุกตลาด เช่น บมจ.ไทยประกันภัย ออกประกันภัยรถยนต์ชั้น 1 “พี่ข้างคินเงิน” ขั้บรถดี 3 ปี คินเงินค่าเบี้ยให้ครึ่งหนึ่งของที่จ่ายมาตลอด 3 ปี โดยตั้งเป้าหมายสร้างเบี้ยจากแบบประกันนี้ถึง 1,000 ล้านบาทในปี

ทั้งนี้ ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) พบว่า ในปี 2556 เบี้ยประกันภัยรถยนต์มีมูลค่ารวม 118,418 ล้านบาท และคาดว่าตลาดประกันวินาศภัยปีนี้ น่าจะเติบโตได้ราว 10% หรือมีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1.2 แสนล้านบาท



จับตา 'สงครามราคา' ปะทุ ค่ายยักษ์ปรับเบี้ยรถพ่วงมาร์เก็ตแชนร์



พินิต ธีรวิชญ์กุล
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บมจ.กรุงเทพประกันภัย

สถานการณ์การเมืองที่จุดเศรษฐกิจไทยชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อ
ต่อการเติบโตของธุรกิจประกันภัย ทำให้หลายบริษัทอาจต้องปรับลด
เป้าหมายการเติบโต พร้อมปรับกลยุทธ์การตลาดกันใหม่ โดยเฉพาะพอร์ท
ใหญ่ของธุรกิจอย่างประกันภัยรถยนต์ ที่น่าจับตามองในเรื่องของ
"สงครามราคา" ของบรรดาค่ายยักษ์ประกันวินาศภัย เพื่อรักษาส่วน
แบ่งตลาด และการเติบโตบวก

"ปัญหาการเมืองกระทบต่อแผน
การออกสินค้าใหม่ ต้องเลื่อนออกไปเป็นต้น
ปีหน้า ซึ่งที่ผ่านมาการออกสินค้าใหม่
พร้อมโฆษณาได้ผลดีกระตุ้นยอดขายได้
อย่างประกันรถยนต์ "ตามโมเดล" ตอนนี้อยู่
ประกัน 500 บาทต่อปี ประกัน "ซ่อมศูนย์"
เบี้ยประกันกว่า 700 ล้านบาทต่อปี ประกัน
ตามใจ" 200 ล้านบาทต่อปี"

นอกจากนี้ จะขยายนอน มอเตอร์มาก
ขึ้น โดยใช้ประกันสุขภาพเป็นตัวเพิ่มสัดส่วน
นอน มอเตอร์เป็น 12-15% ภายใน 5 ปีข้าง
หน้า จากปัจจุบันอยู่ที่ 8-9% และจะไม่ปรับ
ลดเป้าเบี้ยรับรวมที่วางไว้ 10,283 ล้านบาท
แม้คาดว่าจะทำได้ 90% ของเป้าก็ตาม
เชื่อบีปีสงครามราคาแรง!

งานใหม่ค่อยๆ รุกถึงแก๊งก่อนเดิม

"เรื่องเดช" กล่าวว่า บริษัทอื่นๆ ต้อง
การรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ ดังนั้น การ
แข่งขันจะรุนแรงมาก คาดว่าจะมีการปรับ
ลดราคาเบี้ยประกันลง โดยเฉพาะประกัน
รถยนต์เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้

"ไตรมาสแรกเบี้ยประกันรถยนต์
หายไปเยอะ น่าจะโตไม่ถึง 1% บริษัทที่
ทำตลาดมีมาก ยอดขายรถใหม่ก็ตกลงถึง
40% น่าจะปรับราคาลงอีกประมาณ 10%
โดยบริษัทที่จะแข่งขันเรื่องราคาได้ จะเป็น
บริษัทที่มีความแข็งแกร่ง"

ขณะที่ "ชัย โสภณพนิช" ประธาน
กรรมการและประธานคณะผู้บริหาร บมจ.
กรุงเทพประกันภัย กล่าวว่า แต่ละบริษัท
คงมีวิธีรับงานโดยดูว่าเบี้ยคุ้มกับความ
เสี่ยงหรือไม่ หากไม่คุ้มคงมีวิธีลดค่าใช้จ่าย การ
รับงานเพิ่มขึ้นเพื่อเอาลูกค้าเข้ามาก่อนยอม
กำไรลดลง ซึ่งในปีนี้จะเห็นการตัดราคาเบี้ย
ประกันรถยนต์แรงกว่าปีก่อน เพราะงานใหม่
น้อยลง กำไรจากการรับประกันของบริษัท
ประกันภัยในปีนี้จะลดลงด้วย

เช่นเดียวกับ "พินิต ธีรวิชญ์กุล"
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ที่มองว่าธุรกิจ
ประกันภัยในปีนี้อาจจืดจางแบบไม่มี มีแค่
ความตื่นตัวภัยธรรมชาติ การแข่งขันรุนแรง
เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปีที่แล้ว แต่ไม่มีงานใหม่
เชื่อว่าจะต้องเกิดสงครามราคาขึ้นแน่

"กรุงเทพฯ" เล็งขึ้นเบี้ยรถ กลุ่มสินไหมสูง/รถเล็ก-ซูเปอร์คาร์

สำหรับกรุงเทพฯประกันภัย "พินิต"
กล่าวว่า จะปรับขึ้นเบี้ยรถยนต์ในบางกลุ่ม
เฉพาะที่ยังขยับได้ เพื่อรักษากำไร ไม่ปรับ
ทั้งพอร์ต อาทิ รถขนาดเล็ก รถขนาดใหญ่
ทุนประกันสูงๆ เช่น รถซูเปอร์คาร์ แม้ใน
พอร์ตมีไม่มากแต่สินไหมค่อนข้างสูง ขณะที่
ลูกค้าบางรายหากจ่ายเบี้ยเพิ่มขึ้น 5-10%

ยังพอใจที่จะทำประกันกับบริษัทต่อไปหากเทียบ
กับคุณภาพบริการ เช่น การเคลม เพราะต้นทุน
ค่าซ่อมขยับขึ้นตลอด อาทิ ค่าอะไหล่ปีหนึ่งขึ้น
หลายรอบ รอบละ 2-3% ส่วนการลดราคาเบี้ย
ประกัน หรือขายเบี้ยขาดทุน จะมีเกณฑ์ RBC
ของคปภ.คุมอยู่

"การขึ้นราคาแบบนี้เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่
เกิดน้ำท่วม บางรุ่นยังพอลดได้ รุ่นไหนขาดทุน
จะปรับให้สมดุล เราเชื่อว่าให้บริการหลังการขาย
ดีลูกค้าจะอยู่กับเรา จะเห็นว่าเราปรับระบบงาน
เยอะมากตลอด 15 ปีที่เราใช้เงินลงทุนเกือบพัน
ล้านบาทปรับระบบไอทีรองรับอนาคต"

ทั้งนี้ ไตรมาสแรกกรุงเทพฯประกันภัยทำ
เบี้ยรับรวมได้ 3,897 ล้านบาท ลดลง 7.9% จาก
ช่วงเดียวกันปีที่ผ่านมา มีกำไรจากการรับประกัน
กันภัย 420 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 623% และมีกำไรสุทธิ
627 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61% ทำให้บริษัทปรับลด
เป้าหมายการเติบโตปีนี้ลง เหลือเพียง 5% หรือเบี้ย
รวมราว 16,325 ล้านบาท จากเป้าเดิมจะเติบโต
15% หรือเบี้ยราว 18,000 ล้านบาท

"สินมั่นคง" อดแคมเปญลดเบี้ย ตั้งลูกค้ารักษาแชนร์ประกันรถ

"เรื่องเดช ดุษฎีสุรพจน์" ประธาน
กรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการ บมจ.
สินมั่นคงประกันภัย เปิดเผยว่า ผลกระทบ
จากการเมืองที่กดดันเศรษฐกิจชะลอตัว
ทำให้ไตรมาสแรก 2557 บริษัทมีเบี้ย
ประกัน 2,361 ล้านบาท เติบโต 6.41%
โดยประกันรถยนต์ยังเติบโต 8.62% ส่วน
ประกันอื่นๆ ที่ไม่ใช่รถยนต์ หรือนอน
มอเตอร์ เช่น ประกันสุขภาพ และประกัน
อุบัติเหตุส่วนบุคคล (พีเอ) เติบโตลดลง
10.28% และ 17.46% ตามลำดับ

ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับกลยุทธ์การ
ตลาดใหม่ หันมาทำโปรโมชันจัดแคมเปญ
ลดเบี้ยประกันรถยนต์ดึงดูดความสนใจ
เพื่อรักษามาร์เก็ตแชนร์ ซึ่งปัจจุบันมีส่วน

แบ่งตลาดประกันภัยรถยนต์ 7%
อยู่อันดับ 2 ของธุรกิจ โดยจะทำ
โปรโมชันเป็นครั้งคราว หรือตาม
ฤดูกาลเท่านั้น เพราะยังยึดนโยบาย
ไม่แข่งขันราคา ซึ่งที่ผ่านมาตัวแทนก็
เรียกร้องให้ทำโปรโมชันบ้าง โดยเชื่อ
ว่าวิธีนี้จะไม่กระทบกำไร เพราะไม่ได้
ทำมาก และเลือกทำกลุ่มรถที่มีกำไร
ขณะที่นอน มอเตอร์ต้องสื่อสารกับ
ตัวแทนมากขึ้น