



กรุงเทพประกันภัย มุ่งเป็นที่สุดในใจลูกค้า

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการมาด้วยความมั่นคงกว่า 68 ปีปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1,064.7 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มีนาคม 2557 มีสินทรัพย์รวมกว่า 50,200 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้นกว่า 23,200 ล้านบาท ภายใต้การบริหารงานของนายชัย ไสภณพนิช ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหาร พร้อมด้วยผู้บริหารและพนักงานกว่า 1,200 คน ตัวแทนนายหน้ากว่า 1,000 คน และบริษัทนายหน้านิติบุคคลกว่า 200 บริษัท

ดร.อภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัทฯ ได้ฉายภาพแนวทางและนโยบายของ บริษัทฯ จากอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของกรุงเทพประกันภัยว่า เติบโตจากธุรกิจครอบครัวในตระกูลไสภณพนิช มีธนาคารกรุงเทพเป็นพี่ใหญ่ ที่ให้การสนับสนุนกรุงเทพประกันภัย จนเติบโตมาถึงทุกวันนี้

โดยการเติบโตของกรุงเทพประกันภัย ผ่านช่องทางคู่ค้าหลักๆ คือระบบตัวแทน นับจากอดีตที่บริษัทฯยึดมั่นการบริการด้วยตัวของบริษัท

แต่ขายประกันได้ด้วยสายสัมพันธ์ส่วนตัวแทนประกันภัยที่มีต่อผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ ที่มีความเหนียวแน่นกับท้องถิ่น

ดังนั้นในอดีตธุรกิจประกันภัยเติบโตผ่านช่องทางตัวแทนค่อนข้างมาก ส่วนช่องทางต่อมาคือ นายหน้า ถือว่ามีการขายงานแบบมีอออาชีพ แต่ในขณะเดียวกัน นายหน้าไม่ได้มีการขายงานแบบรายย่อย แต่จะเน้นงานใหญ่ ผ่านองค์กร หรือโครงการขนาดใหญ่

มาระยะหลังสถาบันการเงินก็เข้ามามีบทบาทค่อนข้างมาก เพราะสถาบันการเงินที่มีสายสัมพันธ์กับธุรกิจประกันภัย มีส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจประกันภัยมีการเติบโตมากขึ้นด้วยฐานของสินเชื่อ เงินฝาก ลูกค้านาคาการ ทำให้ระยะหลังธุรกิจประกันภัยมีเทรนด์ในการนำเสนองานด้านนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะเห็นได้จากสัดส่วนการขายงานของบริษัทประกันภัย

ต่อผู้บริโภค ทั้งงานบุคคล งานธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็น งานองค์กร (Corporate) มีการขยายงานมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยทัศนคติของผู้บริโภคที่ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการประกันภัยเพิ่มขึ้นตาม

โดยมีปัจจัยส่งเสริมจากการศึกษาของประชาชน มุมมองที่ทัศนคติ มุมมองที่เห็นว่าธุรกิจประกันภัยเข้ามามีส่วนช่วยบรรเทาความเสียหาย ต่อชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อเกิดภัยขึ้นมาได้อย่างแท้จริง อันจะเป็นตัวบ่งชี้ ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีประกันภัยมากขึ้น ดังนั้นทำให้มองเห็นถึง การมีโอกาที่จะขยายตลาดได้มากขึ้นเช่นกัน และในการนำเสนอบริการ นั้น ไปด้วยตัวของบริษัทประกันภัยเองด้วยอีกช่องทางหนึ่ง อันนี้เป็นที่มา ของการขายตรงของบริษัทต่างๆ ขยายตัวมากขึ้นด้วย

บริษัทกรุงเทพประกันภัย อาจเห็นแนวทางอย่างนี้เร็วกว่าคู่แข่งชั้น เพราะมองแล้วว่าธุรกิจประกันภัยต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ ศรัทธาให้เกิดขึ้นในใจของลูกค้าให้ได้ จึงมีการปรับเปลี่ยนใน หลายด้านเพื่อรองรับทั้งผู้บริโภค และคู่ค้า ซึ่งหมายถึง สถาบันการเงิน ไฟแนนซ์ ลิซซิ่ง นายหน้า ตัวแทน โบรกเกอร์ และที่สำคัญคือลูกค้า ซึ่ง นโยบายของบริษัทต้องให้บริการทุกกลุ่มให้ดีที่สุด แล้วต้องให้เราอยู่ในใจ เขาด้วย

“เห็นได้จากวิสัยทัศน์ของเราคือมุ่งไปอยู่ในใจของลูกค้า เราไม่ได้ มุ่งว่า จะต้องเป็นที่ 1 ของธุรกิจประกันวินาศภัย ซึ่งการเป็นที่สุดในใจ ของลูกค้า มาจากทั้งทางตรง และผ่านคู่ค้า เราเชื่อว่าเมื่อเราไปอยู่ที่สุด ในใจของลูกค้าได้ สุดท้ายส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจประกันวินาศภัย เราก็จะเติบโตตามไปด้วย”

ส่วนการปรับเปลี่ยนด้านต่างๆเพื่อเป็นที่หนึ่งในใจของลูกค้า นั้น ได้เปลี่ยนแปลงเรื่อยมา แต่จุดเปลี่ยนใหญ่ เกิดขึ้นเมื่อประมาณ 15 ปีที่

แล้ว เติบโตโครงสร้างการทำธุรกิจแบ่งโครงสร้างตาม ผลิตภัณฑ์ เราเรียกว่า “โปรดักซีโซโล” คือ มีผลิตภัณฑ์ อะไหล่ที่แบ่งออกเป็นฝ่ายตามผลิตภัณฑ์ อาทิ ฝ่าย ประกันอัคคีภัย ฝ่ายประกันภัยรถยนต์ฯ ฝ่ายประกัน ภัยเบ็ดเตล็ด ซึ่งตอนนั้นก็คิดว่าดีแล้ว แต่คิดไปคิดมา ถ้าแบ่งตามความคุ้มครองกับการบริการตามผลิตภัณฑ์ ความสะดวกอยู่ที่บริษัทฯ

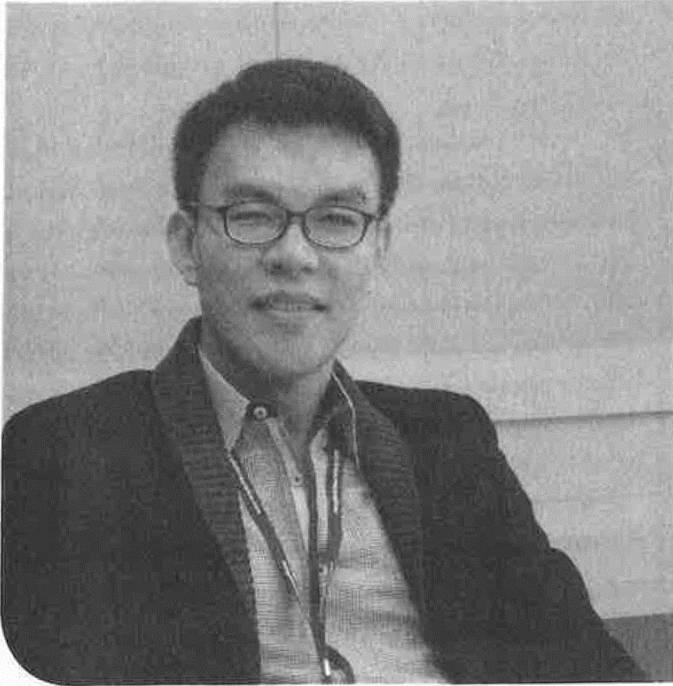
แต่เมื่อมองไปที่ลูกค้า และคู่ค้า พบว่า คู่ค้าที่ ติดต่อกับบริษัทฯ ไม่ได้มีความต้องการเพียงผลิตภัณฑ์ เดียว เช่นตัวแทน 1 คน อาจจะต้องมีการเสนอบริการ และผลิตภัณฑ์หลายอย่าง หากลูกค้าต้องการ ผลิตภัณฑ์หลายประเภท ตัวแทนก็ทำงานที่ซ้ำซ้อน หลายครั้ง ถือว่ายุ่งยากเพราะไม่ได้รับบริการแบบ เบ็ดเสร็จ

หรือลูกค้าก็เหมือนกัน เขาอาจจะที่บ้าน รถยนต์ โรงงาน ทรัพย์สินอื่นๆ ที่ต้องการทำประกันภัย ก็จะไม่ ได้รับความสะดวก ทำให้กรุงเทพประกันภัยมีการ ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานใหม่มาเป็น “ช่อง ทางการทำธุรกิจ”

ทั้งนี้ โครงสร้างการบริหารงานแบบ “ช่องทาง การทำธุรกิจ” คือ เป็นการแบ่งตามช่องทางการขาย คือ ช่องทางธนาคาร ช่องทางตัวแทน นายหน้า และ ลูกค้าตรง เป็นต้น โดยลูกค้าเดินเข้ามาติดต่อช่อง ทางใดก็ได้ ก็จะได้รับบริการให้บริการที่ครบทุกประเภท



“เมื่อมองไปที่ลูกค้า และคู่ค้า พบว่า คู่ค้าที่ติดต่อกับบริษัทฯ ไม่ได้มีความต้องการ เพียงผลิตภัณฑ์เดียว เช่นตัวแทน 1 คน อาจจะต้องมีการเสนอบริการ และ ผลิตภัณฑ์หลายอย่าง หากลูกค้าต้องการ ผลิตภัณฑ์หลายประเภท ตัวแทนก็ทำงาน ที่ซ้ำซ้อนหลายครั้ง ถือว่ายุ่งยากเพราะ ไม่ได้รับบริการแบบเบ็ดเสร็จ”



☺ เราต้องโตอย่างมีคุณภาพ ดุลยภาพ
หมายความว่ารายได้ต้องโตและผลประกอบการ
ต้องมีสถานะที่เป็นบวก หากไม่เกิด
มหันตภัยร้ายแรงเหนือการควบคุม
โดยในเชิงของการขยายธุรกิจ และเชิงของ
การพิจารณารับประกันภัยที่ได้งานคุณภาพ
งานเข้ามา ต้องทำให้ผลประกอบการ
เป็นบวก ☺

ผลิตภัณฑ์ ได้รับการบริการที่เบ็ดเสร็จ ตรงนี้เองที่ทำให้กรุงเทพประกันภัย
มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนก่อนคู่แข่ง

การที่องค์กรจะเปลี่ยนอย่างนี้ได้ คนขององค์กรต้องให้บริการที่ดี
ต้องมีทักษะความรู้ที่หลากหลาย เพราะว่าการที่คนหนึ่งคน คู่ค้า 1 ราย
ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แล้วไปถามคนคนเดียว คนๆนั้นต้อง
มีความรอบรู้ในหลายผลิตภัณฑ์พร้อมๆ กัน เพราะฉะนั้นบุคลากร ต้องรับ
ศึกษาหนักคือ ต้องผ่านการอบรม ต้องมีการเทรนนิ่ง ต้องรู้รอบด้าน

“นี่คือแนวทางในการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับอนาคต เพราะความ
หมายของการมุ่งเป็นที่สุดใจลูกค้า คู่ค้า แปลว่า ให้บริการที่ให้ได้รับ
ความพึงพอใจได้มากที่สุด”

สำหรับการดูแลพนักงานนั้น ดร.อภิสิทธิ์ บอกว่า เป็นเรื่องหนึ่งที่
บริษัทฯ ให้ความสำคัญ โดยคุณชัย โสภณพนิช ได้ให้นโยบายในการดูแล
คน โดยให้มองถึงขวัญกำลังใจของพนักงานเป็นหลัก อย่างน้ำท่วมใหญ่ปี
2554 ทุกบริษัทขาดทุนหมด เราก็ขาดทุน แต่ด้วยการลงทุนของคุณชัย
มีการขายหุ้นออกไป ทำให้บริษัทฯ กลับมามีกำไร ในปีนั้นได้ 52 ล้านบาท
แล้วเราก็สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราเดิม คือ หุ้นละ
12 บาท แล้วพนักงานก็ได้รับโบนัส ขึ้นเงินเดือน ในอัตราปกติ แม้ในปี
2555 บริษัทฯ ต้องจ่ายเคลมน้ำท่วม ทำให้ผลการขาดทุนมากขึ้นกว่าปกติ
แต่เราก็ยังมีการจ่ายปันผล และโบนัสปกติ

“คุณชัย บอกว่า การเกิดมหันตภัย ไม่ใช่ความผิดของพนักงาน
แถมพนักงานต้องทำงานหนักกว่าเดิมอีก ทั้งบริการลูกค้า ดูแลสินไหม
เจรจากับบริษัทผู้รับประกันภัยต่อ ฝ่ายขยายงานก็ต้องขยายงานหนัก
ขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างกำไรกลับมาให้ได้ กลายเป็นว่าทุกคนต้อง
ทำงานหนักมากขึ้นกว่าเดิม แล้วจะไม่ให้จ่ายโบนัส หรือขึ้นเงินเดือนได้

อย่างไร ซึ่งจำนวนเงินจ่ายเป็นเงินปันผลให้กับผู้ถือ
หุ้น โบนัสและขึ้นเงินเดือนให้พนักงานก็เป็นเพียง
ระดับหนึ่งเท่านั้นเอง แต่สิ่งที่พนักงานรู้สึกคือ ไม่ได้
ถูกทอดทิ้งจากองค์กรนี้ นี่คือนโยบายใหญ่ในวิธีการ
ดูแลคนของคุณชัย”

ดร.อภิสิทธิ์บอกว่า นโยบายของเราคือ เราต้อง
โตอย่างมีคุณภาพ ดุลยภาพหมายความว่ารายได้ต้องโต
และผลประกอบการ ต้องมีสถานะที่เป็นบวก หากไม่
เกิดมหันตภัยร้ายแรงเหนือการควบคุม โดยในเชิงของ
การขยายธุรกิจ และเชิงของการพิจารณารับประกันภัย
ที่ได้งานคุณภาพงานเข้ามา ต้องทำให้ผลประกอบการ
เป็นบวก เหตุผลคือ ต้องดูแลผู้ถือหุ้น เพราะผู้ถือ
หุ้นคือผู้ลงทุน ต้องได้เงินปันผล พนักงานต้องมีโบนัส
และได้รับเงินเดือนขึ้น นี่คือนโยบายการสร้างและ
รักษาดุลยภาพ

ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงแล้ว กรุงเทพประกันภัยมี
ศักยภาพที่จะสร้างรายได้ให้โตมาเรื่อยๆก็ได้ แต่เมื่อขยาย
ไปแล้วไม่ได้ส่งผลดีกับผลประกอบการ จึงไม่จำเป็นต้อง
ทำ ที่สำคัญต้องมองการบริการหลังบ้านด้วย ถ้าไม่ดีก็
เป็นผลทางลบต่อคุณภาพในการบริการ

กรุงเทพประกันภัยเป็นผู้นำในเชิงนวัตกรรม
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เราลงทุนในสิ่งเหล่านี้ค่อนข้าง
มาก ปี 2556 ใช้งบด้านไอทีกว่า 400 ล้านบาท ปี 2557
ขยับเป็นกว่า 500 ล้านบาท เป็นการลงทุนในด้าน



อินฟราสตรัคเจอร์ และแอปพลิเคชันหลายอย่าง เพราะสโลแกนของเราคือ โลฟิสไต์อินชัวร์นซ์ “เราแคร์คุณทุกอย่างก้าว” นั้นหมายถึง เราเป็นผู้ให้บริการด้านประกันภัยที่เข้าไปอยู่ในทุกการดำเนินชีวิตของคุณ นั่นคือต้องมีการบริการที่สอดคล้อง ตอบรับโลฟิสไต์ของลูกค้าด้วย

ทุกวันนี้เทคโนโลยีมีบทบาทกับการดำเนินชีวิตสูงขึ้น เราจึงไม่มองข้าม กรุงเทพประกันภัยเป็นบริษัทประกันภัยแห่งแรกที่ขายประกันผ่าน

สมาร์ทโฟน แล้วยังขยายการบริการไปประเภทอื่น เช่น การแจ้งเคลมที่ไม่ใช่เคลมสด ผ่านทั้งเว็บไซต์และสมาร์ทโฟน

“เรื่องคุณภาพบริการ ทำให้ตายอย่างไรก็ยังไม่ถึงที่สุด ที่ทำอยู่คิดว่ายังทำไม่เต็มร้อย ยังมีจุดบกพร่อง ต้องแก้ไขไปเรื่อยๆ ต้องพัฒนาไปเรื่อยๆ ต้องเอาระบบไอที เข้ามาช่วยพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นการลดการทำงานโดยคน ซึ่งจะช่วยลดเรื่องความผิดพลาดได้” เขากล่าวและว่า งานบางอย่าง ลดการทำงานของคนได้ เช่น กระบวนการออกกรมธรรม์ จะนำแอปพลิเคชันเข้ามาจับขั้นตอนกระบวนการทำงาน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แล้วยังมีระบบ Consumer relationship management (CRM) ที่จะลงทุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้า เข้าสู่ระบบฐานข้อมูลตั้งแต่ การเข้ามาติดต่อของลูกค้าไม่ว่าจะมาด้วยตัวเอง หรือโทรศัพท์เข้ามา จะถูกเก็บรายละเอียดไว้เป็นข้อมูลเป็นต้น”

สิ่งที่เราจะพัฒนาจะต้องช่วยลดต้นทุนการทำงานในระยะยาว ประกันภัยมีต้นทุน 3 เรื่องใหญ่หนึ่ง คือ ค่าสินไหม (Loss ratio) และสองคือผลตอบแทนลูกค้า สามคือ ต้นทุนเรื่องการบริหารและดำเนินการ และต้นทุนที่สี่คือ ต้นทุนด้านบุคลากร หากไม่ใช้ระบบไอที ที่มีคุณภาพเข้ามาช่วย เมื่อพอร์ตโตมากขึ้น หากเพิ่มคนจะส่งผลต่อต้นทุนที่มากขึ้นอย่างปัจจุบัน มีเบี้ยฯ 15,000 ล้านบาท มีพนักงาน 1,000 คน หากต่อไปขยายไป 30,000 ล้านบาท ก็ไม่จำเป็นต้องเพิ่มพนักงาน เป็น 2,000 คน แต่เพิ่มแค่ 20 -30% เท่านั้น ซึ่งเทคโนโลยีที่ลงทุนต่อเนื่องมา 3- 4 ปี น่าจะเห็นผลใน 1-3 ปีข้างหน้า

หากจะเปรียบเทียบกรุงเทพประกันภัย กับบริษัทประกันภัยอีกหลายแห่ง ที่มีฐานลูกค้ากับบริษัทเป็นจำนวนมาก และทำประกันต่อเนื่องแล้ว เรามั่นใจในคงความแข็งแกร่งของเรา

เราเป็นบริษัทประกันภัยแห่งเดียว ที่ได้มีการขอเข้าไปอยู่ใน อินเตอร์แนชั่นนอล เครดิตเรตติ้ง ของ สแตนดาร์ด แอนด์ พัวร์ โดย กรุงเทพประกันภัย เป็น A- เป็นฐานการเงินที่มั่นคงสูงสุด ซึ่งถึงระดับ A ถึงแม้จะเป็นลบ Stable ก็ถือว่ามีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูงแล้ว ซึ่งผู้เอาประกันภัยและผู้ถือหุ้น มั่นใจได้ว่า เมื่อเกิดอะไรขึ้นมา มีเงินจ่ายแน่ๆ เพราะการประกันภัยเป็นการซื้อความคุ้มครองในอนาคต

