



‘กรุงเทพ’รับสภาพเบียใหม่หายอะไ ได้แล้วไลเซนส์ลาว/‘ASN’ทะลุเป้า1,100ล้าน

นายพนัส ธีรวณิชกุล กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ.กรุงเทพประกันภัย เปิดเผยว่า บริษัทได้ปรับเป้าหมายอัตราการเติบโตของเบียประกันภัยในปีนี้ลงเหลือ 3% หรือคิดเป็นเบียประกันประมาณ 16,750 ล้านบาท จากเดิมตั้งเป้าหมายไว้ 12% หรือคิดเป็นเบียประกันภัย 18,200 ล้านบาท เนื่องจากเศรษฐกิจยังคงซบเซา และมีปัจจัยลบรอบด้าน ซึ่งในช่วงครึ่งปีหลังนี้ ยังคงเน้นกลยุทธ์เดิมคือการขยายฐานลูกค้ารายย่อยและตลาดภูมิภาคที่ยังมีโอกาสเติบโตได้ไม่แข่งขันราคา แต่จะมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการมากกว่า

ทั้งนี้ จะขยายสาขาในภูมิภาคให้มากขึ้นเพื่อรองรับการต่อยอดธุรกิจไปยัง

ประเทศเพื่อนบ้านด้วย ซึ่งตามแผนเดิมจะเปิดสาขาใหม่เพิ่มอีก 3 แห่งคือ จันทบุรี สุรินทร์และชุมพร แต่เนื่องจากการปรับปรุงสาขาเก่าด้วย จึงเปิดได้แค่จันทบุรี เท่านั้น ส่วนอีก 2 แห่งต้องเลื่อนไปเป็นปีหน้า นอกจากนี้ยังจะขยายงานผ่านธนาคารกรุงเทพ (แบงก์เอสซีวีอาร์) ให้มากขึ้นด้วย รวมไปถึงขยายช่องทางอื่นๆ เช่น ออนไลน์, BKI Care Station ที่เปิดอยู่ในห้าง ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 25 แห่ง

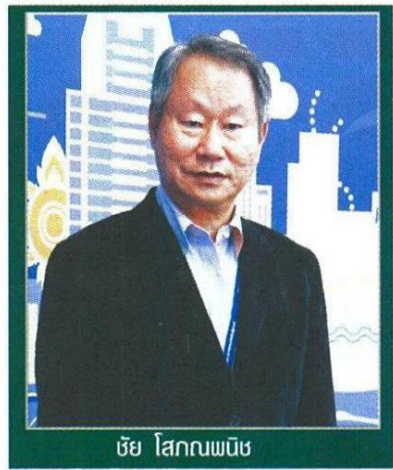
“การปรับเป้าหมายการเติบโตลงจะไม่กระทบกำไรเพราะเราไม่มีนโยบายแข่งขันราคา อัตราสินไหมทดแทน (Loss Ratio) รวม 53.1% อยู่ในวิสัยที่มีกำไร อีกทั้งงานรายย่อยเป็นงานที่มีกำไร หากเทียบกับลูกค้ารายใหญ่ การประกันภัยทรัพย์สิน (ไอ

เออาร์) ตัดราคากันเยอะเบียลดลง 13-15% ในช่วง 6 เดือนแรก และเชื่อว่า ครึ่งปีหลังราคาจะลดลงประมาณ 10-20% แต่เรามีกำไรจากประกันไอเออาร์ที่นำหว่างคือรถยนต์แข่งกันมาก หากขาดทุนต้องควักเนื้อเพราะประกันต้องรองรับ และคปภ. จะเข้ามาดูเงินกองทุน”

สำหรับในช่วง 6 เดือนแรก บริษัทมีเบียรับรวม 7,913.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% มีกำไรสุทธิ 1,157.7 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 11.4% สัดส่วนเบียประกันลูกค้ารายย่อย:รายใหญ่ 52.5:47.5

นายพนัสกล่าวว่า บริษัทเพิ่งได้ใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันภัยในประเทศสปป.ลาวแล้ว โดยเปิดบริษัทประกันภัยร่วมทุนแห่งใหม่ขึ้นมาใช้ชื่อว่า บริษัทกรุงเทพประกันภัย (ลาว) จำกัด ซึ่งได้เริ่มรับประกันแล้ว มีสำนักงานอยู่ที่เวียงจันทน์ ทุนจดทะเบียนเบื้องต้น 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกรุงเทพประกันภัยถือหุ้น 45% อีก 55% ที่เหลือทางบริษัทประกันภัยที่ฮ่องกงและอินโดนีเซียถือหุ้นคนละครึ่ง

นายชัย โสภณพนิช ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหาร กล่าวถึงเป้าหมายการเติบโตที่ปรับลดลงว่า ทำให้เบียใหม่หายไป กำไรจากการรับประกันภัยเพิ่มขึ้นลำบาก ขณะที่รายได้จากการลงทุนคงจะน้อยลงหรือไม่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ดอกเบียจะขึ้น ซึ่งการที่เบียประกันไม่เพิ่มขึ้นในปีนี้จะกระทบไปถึงปีหน้า เงินหมุนเวียน



ชัย โสภณพนิช



วิชชัย ชิวาแบงค์

ที่จะเอาไปลงทุนมีน้อยลง

อย่างไรก็ดี นายชัยกล่าวว่า บริษัทได้เตรียมเงินไว้ประมาณ 400 ล้านบาทเพื่อซื้อหุ้นในช่วงอีก 3-4 ข้างหน้านี้ทันทีที่ตลาดหุ้นปรับตัวลดลงมาถึง 1,350 จุด โดยเล็งเห็นกลุ่มธนาคารและพลังงานไว้ โดยเชื่อว่ามีโอกาสที่จะเห็นตลาดหุ้นปรับตัวลดลงแตะ 1,200 จุดได้ เนื่องจากไม่มีข่าวดี

ปัจจุบันบริษัทมีเงินลงทุน 19,100 ล้านบาท แบ่งเป็นเงินฝากประจำ 40% หุ้น 20% เงินให้กู้ยืม 10% และอื่นๆ

ครึ่งปี “กรุ๊ปโพลี” เบียดลบ 37%

ด้านบมจ.กรุงเทพประกันชีวิต รายงานว่า ในช่วงครึ่งปีแรกบริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 23,416 ล้านบาท ลดลง 37% เนื่องจากปรับมาเน้นการขายแบบประกันที่มีความคุ้มครองระยะยาว มีการชำระเบี้ยประกันหลายปี ทำให้เบี้ยประกันรับจะลดลงมาก ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีส่วนแบ่งของเบี้ยประกันภัยรับสุทธิเป็นอันดับ 6 ของบริษัทประกันชีวิตทั้งระบบ

อย่างไรก็ดี บริษัทมีกำไร 2,612 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 107% เนื่องจากการลดลงของเงินสำรองประกันชีวิตจากผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยในปี 2557 ซึ่งในปี 2558 ไม่มีภาระเงินสำรองในส่วนนี้

“เอเอสเอ็น” มั่นใจปิดทับ 1,100 ล.

ด้านนายธวัชชัย ชิวานนท์ กรรมการ

การผู้จัดการ บมจ.เอเอสเอ็น โบรกเกอร์ หรือ ASN Broker ผู้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัยรถยนต์และประกันชีวิตขายผ่านโทรศัพท์ (เทเลมาร์เก็ต) เปิดเผยว่า บริษัทยังมั่นใจว่าในปีนี้ออเดอร์รับประกันรวมจะเป็นไปตามเป้าที่วางไว้ 1,100 ล้านบาท เดบิต 25% หลังจากในช่วงครึ่งปีแรกพบว่ายอดเบี้ยรับรวมยังคงเติบโตใกล้เคียงเป้าหมาย โดยเบี้ยประกัน 75% ยังคงเป็นเบี้ยประกันรถยนต์และ 25% เป็นเบี้ยประกันชีวิต

สำหรับในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทจะจับมือกับพันธมิตรในธุรกิจประกันราว 2-3 ราย เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่เป็นสินค้าเฉพาะของบริษัทและพันธมิตร โดยจะเปิดตัวภายในไตรมาส 3 นี้เชื่อว่า จะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ และเตรียมลงทุนพัฒนาระบบ “ฐานข้อมูลอัจฉริยะ” ซึ่งจะเป็นฐานข้อมูลระบบไอทีที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าได้ละเอียดมากยิ่งขึ้นเพื่อนำไปสู่การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย